MITO URBANO: ¡YOGURES FABRICADOS CON LECHE CADUCA!

Profeco
35 años contigo

REVISTA DEL
CONSUMIDOR
revistadelconsumidor.gob.mx

EL LABORATORIO PROFECO REPORTA:

CEREALES PARA NIÑOS

¿Sabes **cuánta azúcar** consumen?
La otra cara del **inocente desayuno**

Estudio de calidad
HORNOS DE MICROONDAS
Descubre cuál es el más eficiente

Lo que **debes saber** de
UNA CASA ANTES DE COMPRARLA
pág. 66

Organiza
FIESTAS INFANTILES
sin perder la cabeza

ADEMÁS:
Cómo "engancha" la **publicidad de cereales** a tus hijos

Tecnología Doméstica Profeco
GALLETAS DE AMARANTO
Deliciosas, saludables y hechas por ti

Abril de 2011 Núm. 410 $25
7 509997 078342 00410
Exhibir hasta el 30 de abril
ISSN 0185-8874

MUCHO CUIDADO

Pulseras “milagrosas”

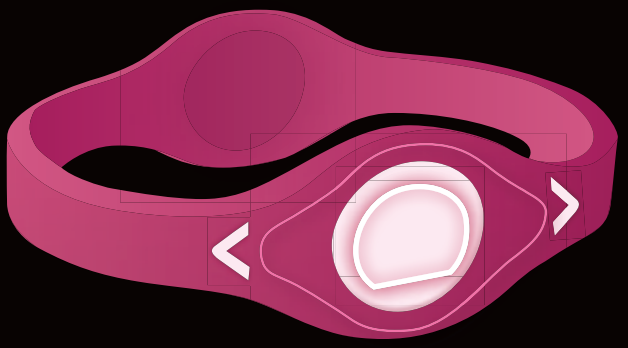
Profeco advierte a los consumidores sobre la posible publicidad engañosa de algunas pulseras que prometen mejoras en la salud, como mayor elasticidad, equilibrio y energía.

Incluso se atreven a “ofrecer” mayor potencia sexual y capacidad para atraer dinero, cualquier cosa que eso signifique.

Las pulseras supuestamente todopoderosas (que se comercializan por TV, internet, tiendas departamentales, supermercados, autoservicios y clínicas de belleza) son:

LOS INVOLUCRADOS:

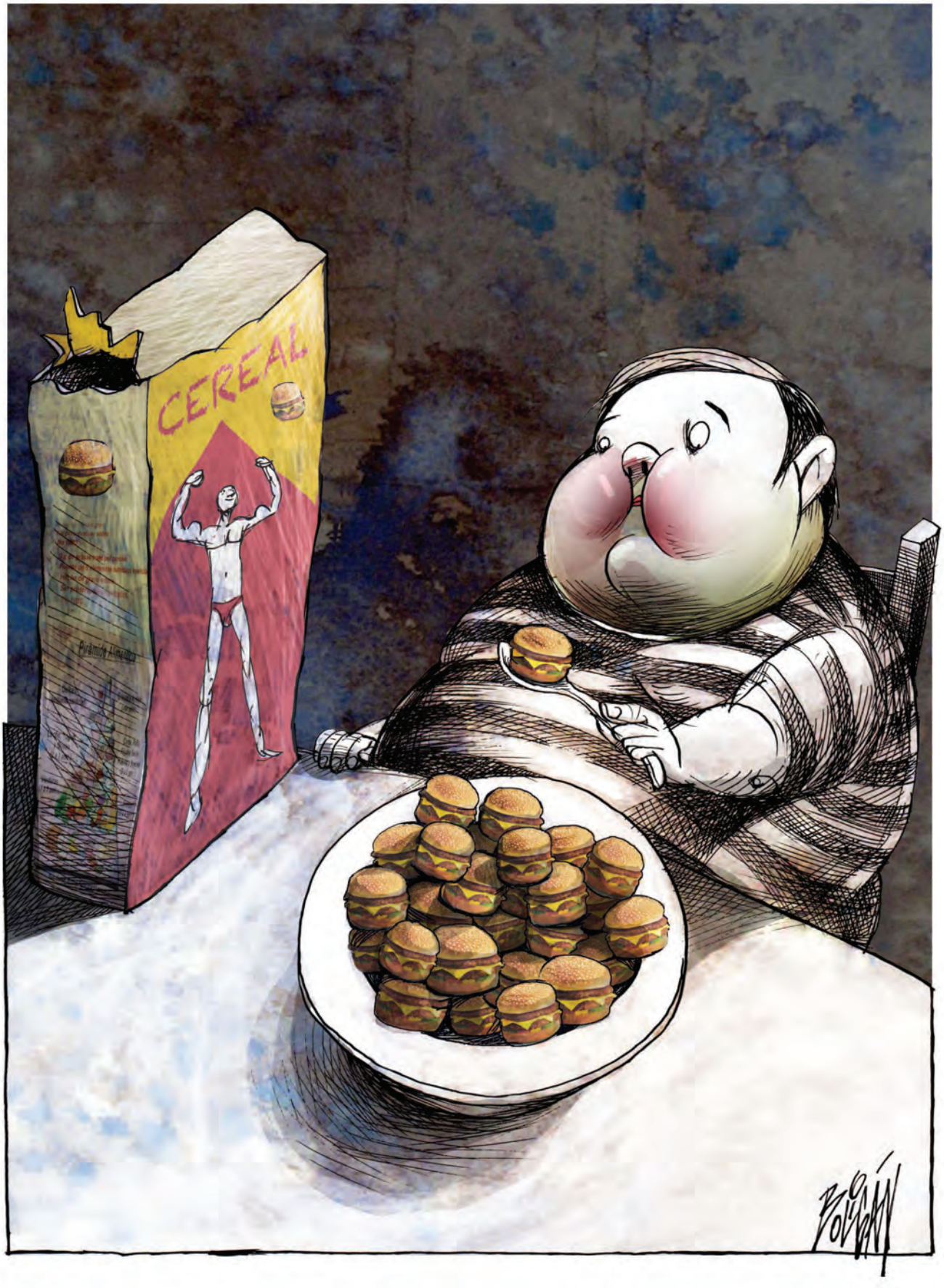
- Perfect Balance
- 5X Total Balance
- Power Balance



Y decimos “posible publicidad engañosa” porque **Profeco** exigió a las empresas que distribuyen y venden estas pulseras la documentación técnico-científica que acredite la veracidad de sus mensajes publicitarios. Algo que no han hecho. En caso de que no demuestren sus dichos, podrían ser sancionados con multas de hasta 6 millones 630 mil pesos. A ver cómo comprueban eso de “capacidad para atraer dinero”.

Para conocer otros avisos sobre productos y proveedores que registran irregularidades, señalamientos o denuncias, visita profeco.gob.mx o llama al Teléfono del Consumidor: 5568 8722, desde el DF y zona metropolitana y 01 800 468 8722, larga distancia sin costo desde el resto del país.

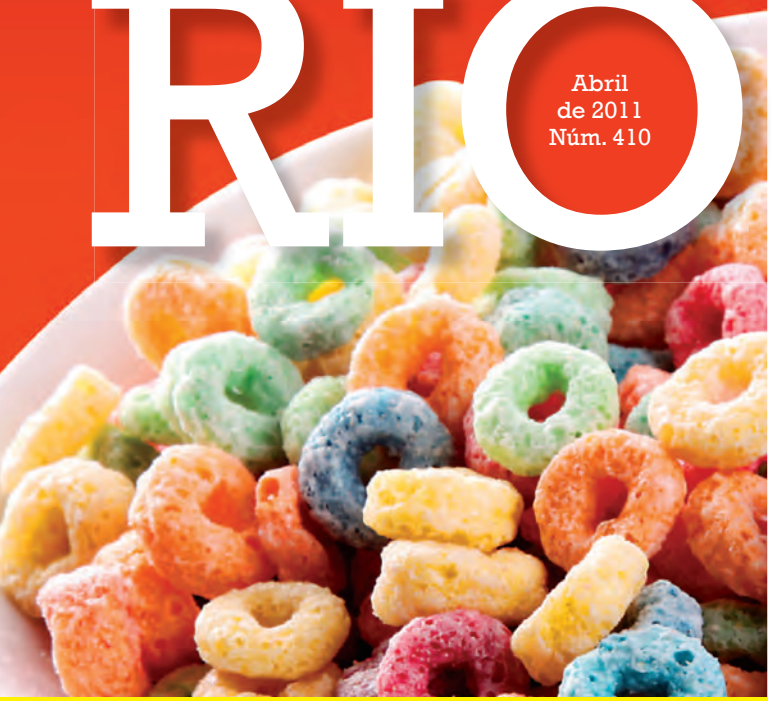
Boligán en la Revista del Consumidor



REVISTA DEL
CONSUMIDOR

SUMARIO

Abril
de 2011
Núm. 410



EL LABORATORIO **PROFECO** REPORTA

30 CEREALES PARA NIÑOS

Te revelamos el contenido nutrimental de esa porción de cereal que desayunan a diario tus hijos

EL LABORATORIO **PROFECO** REPORTA

50 HORNOS DE MICROONDAS

Si vas a comprar un horno de microondas, no te pierdas los resultados de nuestro macroestudio

06 ESTA ES TU VOZ
Tus cartas, tus debates, tu voz

10 CONTENIDO NETO
Todo sobre la fibra óptica y las noticias más relevantes del mundo del consumo

45 CEREALES Y PUBLICIDAD
Conoce los trucos de los que se valen las marcas de cereales para seducir te a ti y a tus niños

60 FIESTAS INFANTILES
Descubre cómo organizar festejos divertidos y memorables para tus hijos sin gastar en exceso

66 CRÉDITO INFONAVIT
Te ofrecemos la mejor estrategia para encontrar la casa de tus sueños

68 PEQUEÑOS CONSUMIDORES
Dedicamos la primera plana de un periódico a todos los derechos que tienes solo por ser niño o niña

70 CONSUMÁN VS. LOS ESCAPES INFERNALES
Un enfrentamiento a toda velocidad contra escapes muy contaminantes

76 PROFECO CERCA DE TI
Los canales que **Profeco** pone a tu disposición

80 EL TURNO DE
Bruno Bichir: actor y consumidor de buena cepa

CONAMED 15

15 años de solucionar controversias en salud

En la CONAMED, tu caso es confidencial

La CONAMED es una institución especializada, donde gratuitamente, a través de la orientación, la conciliación y el arbitraje les ayudamos a encontrar la solución justa.

5420 7000 **Lada sin costo 01 800 711 0658**

Vivir Mejor

http://www.conamed.gob.mx
orientacion@conamed.gob.mx

GOBIERNO FEDERAL

ALIANZA POR UN MÉXICO SANO

SALUD

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Profeco

SE

Procurador Federal del Consumidor
Antonio Morales de la Peña

Coordinadora General de Educación y Divulgación
Mónica Braun Guillén

Director General de Difusión
Rodrigo Xoconostle Waye

REVISTA DEL CONSUMIDOR

Director Editorial
Pablo García Camarero

Subdirector Editorial
Alejandro García Williams

Jefe de Información
José Armando Aguilar Pérez

Corrección de estilo
Alma Rosa Guerrero Gutiérrez

Directora de Arte y Diseño
Silvia Peraza de Prado

Editor gráfico
Óscar González García

Diseño
Roberto Paz Amaya,
Alan Joseph Acevedo Barajas

Colaboradores
Boligán, Leticia Huerta,
Montserrat Bustos
Ágata Székely, Rafael Muñoz,
Edith Oropeza, Tamara De Anda

Ilustradores
Érika Argüello,
Bachan, José Luis Barros,
Oldemar González

Fotógrafos
Arturo Buitrón, José Rodríguez

Consejo Editorial
Antonio Morales de la Peña
José Luis Alba Costal
Aída Albuerne Piña
Mónica Braun Guillén
Noreli Domínguez Acosta
José Luis Flores Lepe
Ollin Islas Romo
Antonio Cervantes Clausell
Maribel Táboas Rodríguez
Miroslava Turrubiarte Thomas
Rodrigo Xoconostle Waye

COMPRAR, TIRAR, COMPRAR, **PENSAR**

El 2 de marzo se anunció el lanzamiento de la segunda generación de la iPad, la exitosa tableta de la marca Apple. Recordar hoy esta fecha nos hace sentir torpes, no solo por la velocidad con que las novedades en nuestra sociedad de consumo se extinguen; también a causa de la tragedia sin límites sucedida en Japón, que acapara toda la atención, toda la conciencia. De todas formas lo haremos, porque ese mismo día vimos un documental televisivo que nos dio una perspectiva distinta sobre la presentación del aparato que tuvo en vilo a gran parte del público aficionado a la tecnología.

Dicho documental se llama *Comprar, tirar, comprar. La historia secreta de la obsolescencia programada,* de la directora Cosima Dannoritzer. Trata sobre un fenómeno conocido desde hace mucho tiempo: la reducción deliberada de la vida de un producto para incrementar su consumo ("obsolescencia programada"). Todos los consumidores lo hemos experimentado. Ese refrigerador que no durará más de 15 años, a menos que invirtamos en reparaciones casi tan costosas como la compra de uno nuevo; esa impresora casera que tras un número determinado de impresiones, simplemente deja de funcionar; ese gadget cuya pila irremplazable morirá después de dos años... El valor del documental consiste en colocar a la obsolescencia programada en un contexto histórico y en mostrarnos el altísimo precio que estamos pagando por ella. Lo que a mediados del siglo XX fue una efectiva estrategia comercial para alimentar el *boom* económico, hoy es una de las causas más determinantes de la catástrofe medioambiental. ¿Dónde han ido a parar los monitores de computadora que has comprado en tu vida, y que terminaste arrojando a la basura? *Comprar, tirar, comprar* nos da una imagen poderosa: un horizonte inmundo de chatarra plástica y metálica en Ghana, África, a mitad de un valle que hace pocos años bañaba un río.

Entonces, el consumo consciente como contención al consumismo irreflexivo nos parece más que nunca una cuestión de ética urgente. El "triunfo" de la obsolescencia programada no consiste en obligarnos a cambiar focos de luz con más frecuencia de la que desearíamos (poco podemos hacer al respecto). Es la "ideología" que instauró: mientras más consumamos, más valía social tendremos. Nuestra autoestima relacionada con el anhelo de llenar nuestra vida de objetos novedosos, los necesitemos o no. Por supuesto, no tenemos nada en contra de la iPad, de Apple o de la innovadora industria electrónica. Es solo que el 2 de marzo dejamos de percibir convencionalmente una de tantas campañas globales de mercadotecnia, porque otro mensaje nos hizo ampliar la imagen. Puedes ver el documental en rtve.es. y en YouTube.

Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 7, Col. Condesa, CP 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México, DF.Teléfono: 5625 6930. Fax: 5553 0574, e-mail: rconsumidor@profeco.gob.mx **Publicidad institucional:** 5211 7419

La *Revista del Consumidor*, publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (**Profeco**), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en el teléfono 5553 0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de **Profeco**: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. **No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.** Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que **Profeco** lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de Licitud de Título núm. 1127 y Certificado de Licitud de Contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en Talleres Gráficos de México, Av. Canal del Norte 80, Col. Felipe Pescador, del. Cuauhtémoc, México, D.F., CP 06280. Distribución en el Distrito Federal por la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México AC, Calle Guerrero #50, Col. Guerrero, Tel. 5591 1400 y 5591 1401, a través del Despacho Everardo Flores Serrato, Serapio Rendón #87, planta baja, col. San Rafael, CP 06470, Tel. 5128 6670. Editor responsable: Rodrigo Xoconostle Waye. Tiraje: 45,000 ejemplares.

La privacidad es tu derecho, ¡deja de quejarte y usa tu dedo!

REGISTRO PÚBLICO DE CONSUMIDORES

En sólo 60 segundos inscribe los números telefónicos fijos, de celular o de fax, en los que no deseas recibir publicidad o que sean utilizados con fines mercadotécnicos o publicitarios.

Sólo sigue dos pasos:

Paso 1

Desde el teléfono al que ya no quieres recibir esas llamadas, marca **9628 0000 si vives en el DF, Guadalajara o Monterrey, o al 01 800 962 8000 larga distancia sin costo desde el resto del país**, las 24 horas, los 365 días del año. Te contestará un sistema automatizado.

Paso 2

Elige el sector del cual no deseas recibir llamadas: telecomunicaciones, turismo o comercial, y marca **1**, **2** o **3** según sea el caso, o marca **4** para elegirlos a todos. En 30 días deberán dejar de marcarte.

Y si una empresa te vuelve a llamar después de registrarte, la SANCIONAREMOS.

Vivir Mejor

5568 8722
DF y área metropolitana

01 800 468 8722
larga distancia sin costo

Profeco
35 años contigo

Gobierno Federal

rpc.profeco.gob.mx

SE

Estados Unidos Mexicanos

ESTA ES MI VOZ

Envíanos tus dudas y comentarios acerca de la **Revista del Consumidor,** o bien tus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos, a **rconsumidor@profeco.gob.mx** o a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, CP 06140, México, DF. ¡Escribe ya y dinos qué opinas!

ANTICONGELANTE, PARA ESO TE QUERÍA

¿Podrían hacer un estudio de los anticongelantes para autos que existen en el mercado? Me inquieta, pues existen muchos que se venden en la vía pública, a precios muy económicos y de marcas desconocidas (por ejemplo, garrafas de 20 litros a 100 pesos). ¿Cuál es la calidad de estos anticongelantes? ¿Cumplen con todas las especificaciones de ley? ¿Cuáles son los posibles daños a los automóviles en caso de usar estos productos?

Aparte de estos anticongelantes que se venden en la calle, he encontrado otros parecidos en negocios establecidos a precios muy económicos; su envase no presenta casi nada de información y crean una desconfianza absoluta.

—Laura B.

En la edición 323, de enero de 2004, publicamos un estudio de calidad de, justamente, anticongelantes para autos. Sí, ha pasado demasiado tiempo, pero creemos que te puede servir de referencia, pues todos los conceptos expuestos en ese estudio sobre lo que un buen anticongelante debería ser, son vigentes. Puedes recuperar una versión PDF en revistadelconsumidor.gob.mx; busca en el *home* del sitio el archivo histórico de estudios de calidad, y selecciona los de 2004.

Parte de las preguntas que nos planteas se contestan en tu misma carta. ¿Qué puedes esperar de un producto que se vende en la calle a precios sospechosamente bajos? Muy poco. Desde luego, te resultará difícil confiar en que cumplirá con las funciones principales de un anticongelante: refrigerar el motor al tiempo que alcanza una temperatura de congelamiento muy por debajo de la del agua y puntos de ebullición por encima de las temperaturas de trabajo del propio motor. Y, no olvidemos, inhibiendo procesos de corrosión.

Un anticongelante barato en exceso es probable que esté rebajado con agua más allá del límite permitido por la Norma Mexicana de referencia (la NMX-D-254-1987). Si contiene demasiada agua, no podrá evitar la congelación a temperaturas bajo 0°C y fastidiará el motor. Además, podría tener productos químicos que provoquen corrosión en conductos, mangueras y depósitos. Pero el mayor problema de comprar productos en la vía pública es que, si fallan, ¿a quién le vas a reclamar? Incluso si lo encuentras en una tienda establecida, no deberías comprar un anticongelante que no te informa sobre el fabricante, el número de lote, las instrucciones de uso y leyendas precautorias, entre otras cosas. ¿Cómo puedes confiar en que el producto es de buena calidad si ni siquiera respeta un derecho esencial de los consumidores, el de la información?

Tu carta resulta muy pertinente porque recién nos hemos enterado de que en la zona de la frontera norte del país varios consumidores han reclamado ante **Profeco** que, durante las más recientes heladas, los motores de sus autos se han congelado mucho antes de lo esperado, esto es, a temperaturas cercanas a los -10°C. Sus anticongelantes fallaron. La Procuraduría está tomando cartas en el asunto.

No debes comprar productos que no te informen sobre el fabricante, el número de lote, instrucciones de uso, etc.

¡CÁCARO!

Hola. Primero que nada, felicidades por la revista, que siempre trae información muy interesante y, sobre todo, útil. Quiero sugerir que dediquen una de sus investigaciones a la calidad de las salas de cine, ya que últimamente me he topado con muchas proyecciones de bajísima calidad, ya no digamos el sonido, con el que muchas veces los cines tienen grandes problemas.

Además, es difícil calcular el precio de los boletos, pues no son iguales en cada sucursal a pesar de ser de la misma cadena. Me gustaría saber si se trata de un abuso al consumidor o si tienen permitido poner precios arbitrarios.

—Alejandra Cárdenas

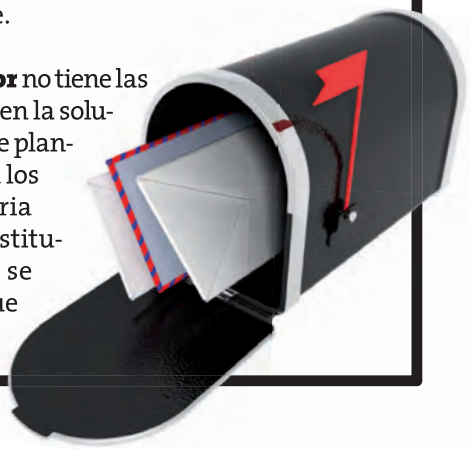
El tema es interesante. De hecho, estamos planeando una breve serie de artículos en los que exploraremos lo que significa ser un consumidor inteligente de cine, ya sea en salas de proyección, DVD u otros medios electrónicos. Además, la Brújula de compra, uno de los productos de difusión de **Profeco** –que contiene artículos relacionados con el consumo, análisis de precios, estudios comparativos y recomendaciones para ahorrar y comprar con conocimiento–, ha dedicado por lo menos dos investigaciones al tema: el precio volátil de las palomitas en el cine y los (demasiados) cortos publicitarios que se proyectan antes de que empiece la película. Para saber más de este tipo de investigaciones, te invitamos a suscribirte a la Brújula, en www.profeco.gob.mx.

De cualquier forma, podemos decirte que en las salas de cine se presta un servicio como cualquier otro, y los consumidores tenemos derecho a exigir que se haga con la calidad esperada. Si no sucede así, la devolución de nuestro dinero también es un derecho. Como hipótesis, un consumidor insatisfecho o defraudado con este servicio y que no llega a un acuerdo con el proveedor, puede poner una queja ante **Profeco.** El caso es atípico, claro, pero nos enteramos de que hace tiempo, en una cadena de cines de Cancún en las que, al parecer, el sonido de las películas era un desastre, la delegación local de **Profeco** llegó a colocar sellos de advertencia.

Ahora, sobre los precios del boleto... Vivimos en un sistema de libre competencia. Nadie puede obligar o verificar que determinada sucursal de cine venda en taquilla a precios determinados. Suele suceder que distintos locales de un mismo negocio manejen distintos precios, lo que depende de muchos factores: la calidad teórica del servicio, diversas comodidades, la zona en la que se encuentran... en fin.

ATENCIÓN: las cartas que envíes a la **Revista del Consumidor** implican tu consentimiento para que sean editadas y publicadas. Tus datos personales quedan protegidos conforme a los lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública). Incluye tu nombre completo y dirección o número telefónico para que podamos contactarte.

La **Revista del Consumidor** no tiene las facultades para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria para que, a través de las instituciones correspondientes, se resuelvan los conflictos que enfrenten.



LA FECHA FATAL

Quisiera saber qué productos y alimentos deben de tener la leyenda de caducidad o de consumo preferente y qué ley lo contempla.

—Rafael Morales

Todos los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados debe indicar en su etiqueta, obligatoriamente, su fecha de caducidad, excepto aquellos productos enlatados o envasados al alto vacío (como el atún, algunas sopas, verduras, salsas). No existe una sola ley que contemple todos los aspectos de esta disposición, sino diversos reglamentos (como Reglamento de Control Sanitario de productos y servicios de la Secretaría de Salud) y Normas Oficiales Mexicanas (la NOM-051-SSA1/SCFI-2010 y varias otras emitidas por Salud y Economía).

Es importante aclarar que las fechas de caducidad y de consumo preferente no son lo mismo. La primera se refiere al límite en el que se considera que las características sanitarias y de calidad del producto desaparecen; después de esta fecha no deben ser comercializados ni consumirse, porque su ingestión representa un riesgo a la salud. La segunda indica la fecha a partir de la cual el producto deja de presentar todas sus cualidades íntegras, por lo que su color, sabor o consistencia pueden verse alteradas; a pesar de esto, su consumo no representa ningún riesgo para la salud.

Procuraduría Federal del Consumidor

¡Más charla en la Revista del Consumidor en Línea!

Estos son algunos de los comentarios que nuestros lectores han dejado en **revistadelconsumidor.gob.mx**, ¡participa!

"Está bien que se enseñe a reciclar, pero sería mejor concienciar a la gente de no consumir productos con empaques plásticos enormes o envases desechables. Por ejemplo, los chicles de "cubito", normalmente empacados con un pequeño celofán... Ahora los hay en un enorme empaque de PET, con aluminio y cartón, toda esa envoltura solo es basura por la que se paga más, que sirve para llenar más rápido los vertederos y contaminar suelos y ríos. Hay que preferir bebidas en envases retornables, y en el caso del agua, usar cantimploras. Debemos ser ciudadanos ecológicamente responsables."
Herbert, sobre el post "Centros de acopio de PET"

"Entré por casualidad al sitio buscando algo y me encontré con información que no requería pero que está cambiando mi forma de seleccionar mis productos al momento de ir al súper. Casi por regla general escogía la cátsup y purés por el precio y los que tenían ofertas o promociones para ahorrar unos pesos. Ahora escogeré con más cuidado. Además, me propuse preparar mi puré y mi cátsup, por lo menos para probar."
José, sobre "¿Existe el auténtico puré de tomate?"

"Hace poco me puse a pensar por qué hay tantos embarazos no deseados e infecciones de transmisión sexual, si ahora los preservativos están al alcance de todos. Nunca está de más tener un condón siempre a la mano. Su información me ha servido mucho y me ha convencido de comprar por lo menos uno. Espero no verme en la necesidad de utilizarlo sino hasta el momento más indicado, pues en verdad soy joven (apenas tengo 14 años)."
Karla, sobre "Érase una vez el condón"

SAR-TEL
Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- **Saber en qué AFORE se encuentra tu Cuenta Individual**
  (Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).
- Saber qué hacer en caso de que no llegue tu estado de cuenta
- Tipos de Retiros Parciales
- Quejas ante CONDUSEF
- Localización de la Cuenta ISSSTE (A través de un asesor por medio de la CURP)
- Transferencia a PENSIONISSSTE

Teléfono :
01 800 50-00 747

Horario de Atención

Asesoría personalizada de Lunes a Viernes de 8:00 a 22:00 hrs.
Sábados y Domingos de 9:00 a 18:00 hrs.
Servicio automático de localización de tu Cuenta Individual las 24 hrs. del día, los 365 días del año.

El consumo inteligente es nuestra misión

LOS 7 PASOS DEL CONSUMO INTELIGENTE

No es lo mismo consumir a tontas y a locas que de manera inteligente. ¡Recuerda estos pasos y úsalos en tu vida diaria!

1 CONSUMO CONSCIENTE

Conocer nuestros derechos y obligaciones, así como asumir las consecuencias de nuestra manera de consumir.

2 CONSUMO INFORMADO

Comparar calidad y precio, pensando en satisfacer necesidades reales y en invertir antes de gastar.

3 CONSUMO CRÍTICO

Tener una posición crítica ante la publicidad y la moda, y valorarse por lo que se es y no por lo que se tiene.

4 CONSUMO SALUDABLE

Llevar una alimentación balanceada, evitar fumar y procurar un consumo que fomente el beneficio de la salud.

5 CONSUMO SUSTENTABLE

Elegir productos que sean ecológicos, ahorrar energía y agua, separar la basura y generar menos desechos.

6 CONSUMO SOLIDARIO

Preferir productos artesanales o de empresas socialmente responsables, con políticas laborales justas y procesos de producción limpios.

7 CONSUMO ACTIVO

Hacer alianzas con otros consumidores, con Profeco u otras instituciones para defender nuestros derechos y lograr relaciones de consumo más equitativas.

Vivir Mejor

5568 8722
DF y área metropolitana

01 800 468 8722
larga distancia sin costo

Profeco
35 años contigo

Gobierno Federal

revistadelconsumidor.gob.mx

SE

Estados Unidos Mexicanos

Cómo funciona la fibra óptica

Hágase la luz

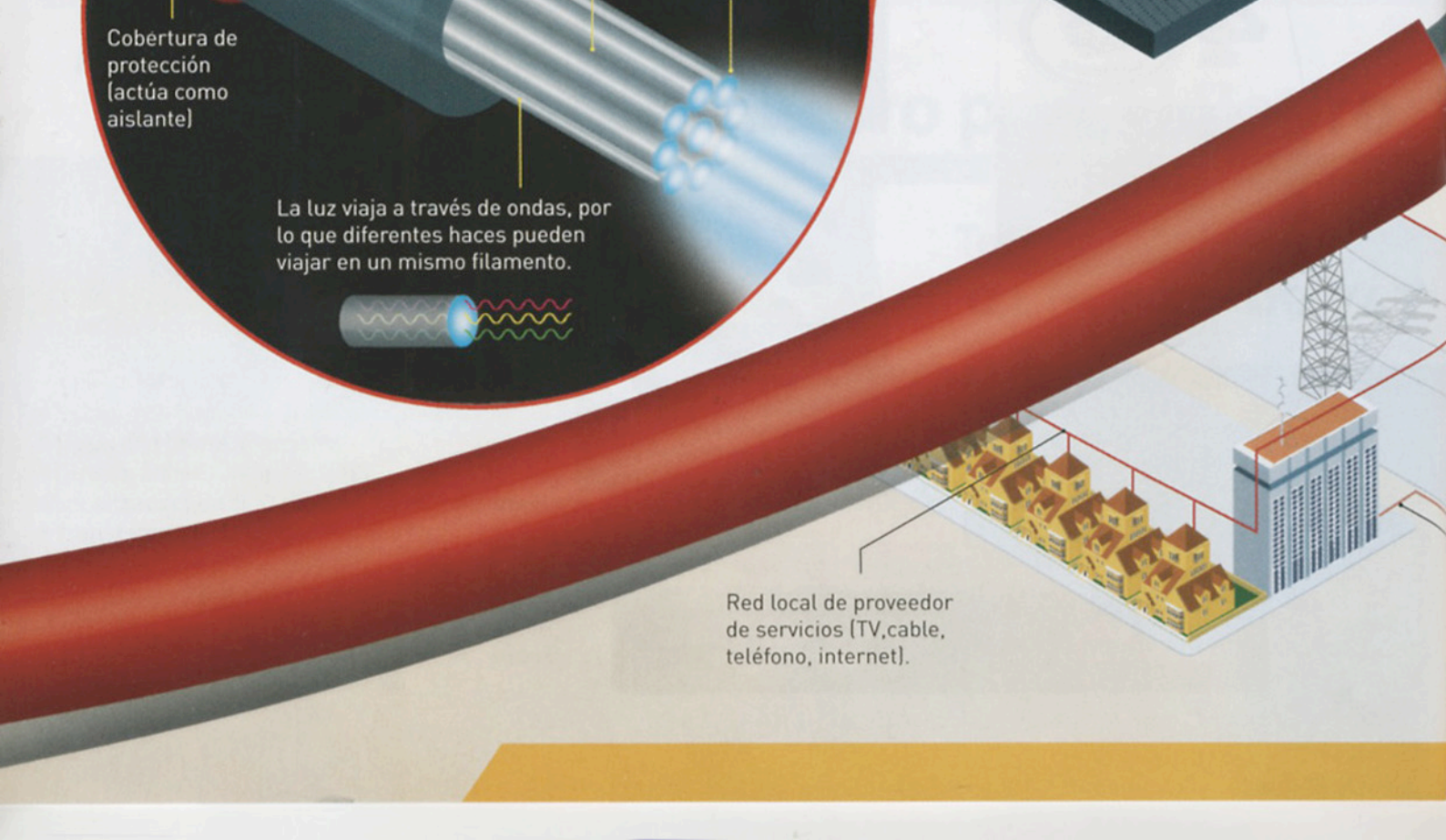
Los servicios de telecomunicación cada vez se vuelven más especializados, más rápidos y más variados. Detrás de estos avances, hay una red de cables de fibra óptica que facilitan que tu internet sea más veloz y que tu televisión tenga más canales. Estos son sus beneficios.

Qué es y cómo funciona

Son conductos, rígidos o flexibles, de plástico o vidrio (sílice), capaces de conducir un haz de luz inyectado en uno de sus extremos mediante sucesivas reflexiones que lo mantienen dentro de sí para salir por el otro.

Adentro del cable

La fibra óptica está hecha de filamentos de cristal del grosor de un cabello humano.



El bajo costo y la mayor capacidad de los servicios de internet ha permitido la proliferación de video por internet, primero con sitios como YouTube, y ahora con el *streaming* de películas completas en alta definición.

La velocidad de transmisión es enorme. Actualmente se consiguen 10 gb por segundo por cada amplitud de onda, y cada cable puede cargar hasta 64 diferentes amplitudes (que se establecen con diferentes colores).

La información cubre mayores distancias sin necesidad de repetidores o de amplificadores de señal, lo cual hace el servicio más barato y se extiende a lugares poco accesibles.

En países con poca infraestructura de cableado de cobre, como China, Turquía y muchas poblaciones mexicanas, la fibra óptica se ha convertido en la mejor opción para telecomunicaciones.

Cada filamento de fibra óptica puede llevar más información y es más delgado, lo que permite que puedas tener mayor velocidad de internet o más canales de televisión con un mismo cable.

Al contar ya con una red extensa en el país, los proveedores de servicios no necesitan gastar en instalación, esto abarata los costos el usuario.

La fibra óptica es inmune a la interferencia eléctrica, lo que significa conversaciones más claras por teléfono y mejor recepción de televisión.

La fibra óptica es inmune a la interferencia eléctrica, lo que significa conversaciones más claras por teléfono y mejor recepción de televisión.

El costo de mandar una señal a través de fibra óptica es menos del 1% del costo de hacerlo a través de cables de cobre o de forma inalámbrica.

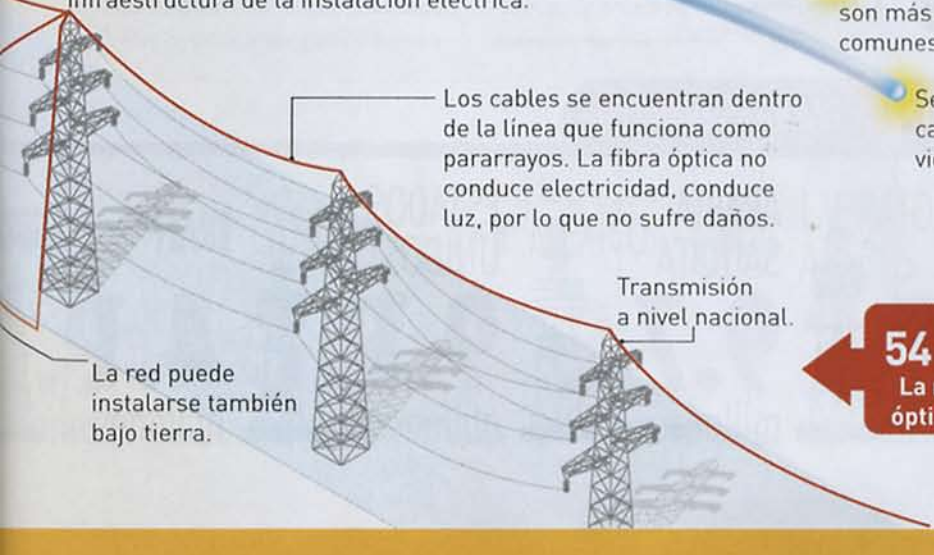
La fibra óptica tiene más de 30 años en el mercado y es la forma de transmisión de datos dominante en el mundo.

Los cables de fibra óptica son más baratos que los comunes de cobre.

Se calcula que los cables tienen una vida útil de 40 años.

La red nacional

La red de CFE está colocada en la infraestructura de la instalación eléctrica.



Los cables se encuentran dentro de la línea que funciona como pararrayos. La fibra óptica no conduce electricidad, conduce luz, por lo que no sufre daños.

Transmisión a nivel nacional.

La red puede instalarse también bajo tierra.

54 mil km
La red de fibra óptica de la CFE

El futuro mexicano

Jim Hayes, presidente de la Asociación de Fibra Óptica de Estados Unidos, nos habla del estado de la fibra óptica en México.

"México tiene grandes retos, pero está en una gran posición para adoptar esta tecnología. Hace 15 años, me entrevisté con el ministro de telecomunicaciones de un país en un estado de desarrollo similar al que México tiene en este momento, y me preguntaba si estaba demasiado atrasado en su tecnología para alcanzar a países más maduros (como Estados Unidos, que tiene millones de usuarios de sus redes de fibra óptica y en el que es el principal medio de comunicación). 'Para nada', le respondí. De hecho, estar comenzando a desarrollar una red de usuarios de fibra óptica permite evitar muchos errores del pasado y tener que tratar de alcanzar nuevas tecnologías, porque esos avances pueden simplemente implementarse ya.

"Toma el caso de Turquía, por ejemplo. Ese país no tiene una buena infraestructura de líneas telefónicas de cobre, pero tiene 60 millones de usuarios de telefonía celular conectados a través de una red medular de fibra óptica. Tienen tecnología actual y pagan precios competitivos.

"Conforme vaya creciendo la capacidad de la red en México, verán resultados similares. Este es el mejor momento de la historia para instalar un sistema de comunicación nacional".

Fuentes Jim Hayes, presidente de la Asociación de Fibra Óptica de Estados Unidos (FOA, por sus siglas en inglés), Dirección de Modernización y Nuevas Áreas de Oportunidad de CFE, thefoa.org, eliteavi.com.

Gráfico José Luis Barros

El consumo en el mundo

YA SABEMOS CÓMO CONSUMIMOS

Los consumidores mexicanos hemos cambiado mucho en poco tiempo. Cualquier luz o indicio sobre lo que consumimos (y cómo consumimos) en la actualidad, es de utilidad. The Future Laboratory, una innovadora firma mundial de investigación de mercados, realizó un estudio, patrocinado por la compañía American Express, llamado "El futuro del gasto de los consumidores: la nueva era de la pausa y de la compra". En él, muchas cifras significativas sugieren que somos mejores a la hora de consumir: 68% de los mexicanos son más conscientes del costo de los productos a la hora de adquirirlos, mientras que 58% compran artículos impulsados por su calidad. El 49% de los encuestados de mayor importancia a productos cuyo valor agregado es el cuidado del medio ambiente. La tecnología también ha cobrado mayor relevancia: 21% de los compradores hacen uso de redes sociales y geo-ubicación móvil para encontrar tiendas y utiliza cada vez más sitios de internet especializados para realizar compras. Si este estudio es atinado, parece que estamos a mitad del camino hacia un consumo más inteligente.

ACTIVIDAD PARANORMAL

Hay muchos mitos urbanos con respecto a la radiación emitida por los teléfonos celulares. Lo que ninguno de ellos había previsto, es que la radiación incrementa la actividad de las células cerebrales. El estudio, publicado en el *Journal of American Medical Association*, es el primero en mirar la forma en que el electromagnetismo afecta el metabolismo de glucosa en el cerebro, lo que produce energía. Cuando se usa un teléfono móvil, la cantidad de glucosa aumenta. Aún no es claro si esta radiación tiene efectos negativos en la salud, aunque ningún estudio previo lo ha indicado.

YA BÁJALE

Si alguna vez te han irritado los comercios que utilizan bocinas a todo volumen para tratar de atraer clientes, deberías pensar en mudarte a Asunción, Paraguay. La Secretaría del Medio Ambiente de aquella ciudad ha establecido nuevas leyes para impedir que los negocios hagan ruido en exceso y molesten a quienes no forman parte de su clientela. Si un comercio (incluso bares) supera los 45 decibeles de ruido, el responsable podría pasar hasta 5 años en la cárcel.

Fuente CNN

PAÍSES PRODUCTORES DE PETRÓLEO (EN BARRILES DIARIOS)

RUSIA	ARABIA SAUDITA	ESTADOS UNIDOS	IRÁN
9.9 millones	9.7 millones	9.1 millones	4.1 millones

"PRÉSTAMO" DE IDENTIDAD

La corporación Inditex, uno de los grupos textiles más grandes del mundo, incurrió en un extraño caso de robo de identidad. Stradivarius, una de sus muchas marcas, lanzó al mercado una serie de camisetas con imágenes dibujadas de blogueras de moda que tenían fotografías de su particular estilo de vestir en sus páginas. El problema fue que la marca nunca les pidió permiso para hacerlo, así que un día aparecieron en sus tiendas prendas con el rostro de chicas que no habían dado su autorización para que se comercializara su imagen. Inditex se disculpó y retiró los productos del mercado, un triunfo para las chicas fanáticas de la moda sobre uno de los grandes manufactureros de ropa.

Fuente *El País*

GIGANTES DEL MAR

¿Cómo combates las emisiones causadas por cientos de barcos de carga llevando mercancía entre continentes? La firma danesa Maersk piensa que la mejor manera es crear un solo barco gigante que sustituya los múltiples viajes de cargueros más pequeños. Con 400 metros de longitud y 73 metros de altura, el barco, llamado Triple E, podrá cargar 20% más contenedores que cualquier navío actual; tendrá la capacidad de llevar 18 millones de televisiones planas. Ya hay 10 de estos modelos en producción, y la compañía espera reducir las emisiones de CO2 por barco casi a la mitad, a pesar de ser más grande y pesado. Los barcos son responsables de entre 3 y 4% de las emisiones contaminantes de todo el mundo.

Fuente *The Guardian*

COPIA DE ÉXITO

De este lado del mundo, pocas personas han escuchado hablar de Renren, pero el sitio está a punto de hacer mucho ruido. El llamado "Facebook de China" dará el salto a cotizar en la bolsa de Estados Unidos, algo que ninguna otra red social ha logrado. Lo que hace que Renren (originalmente llamada Xiaonei) sea diferente es que ha sido mucho más agresiva en crear contenido publicitario y juegos pagados, lo que le ha permitido crecer más de 100% en cada uno de los últimos dos años. Si logra dar el salto a convertirse en una empresa pública, la copia le habrá mostrado el camino al Facebook original de cómo capitalizar en su popularidad.

Fuente Business Insider, Mercury News

Textos Pablo Ortiz

CHINA **3.9** millones

CANADÁ **3.2** millones

MÉXICO **3** millones

EMIRATOS ÁRABES **2.7** millones

BRASIL **2.5** millones

KUWAIT **2.4** millones

Fuente Energy Information Administration, 2009

Numeralia

Dinero rosa. Así suele describirse la presencia económica de **la comunidad lésbico-gay**. Este es un acercamiento a su mercado.

EL PERFIL

Más de **6 millones 740 mil** gays y lesbianas viven en nuestro país. [1]

4,663 Millones de dólares es el valor estimado del mercado gay en México. [2]

186 mil 497 Ingresos anuales promedio de un gay o lesbiana en México. [1]

72,948 mil 921 Ingresos anuales promedio de un heterosexual en México [5]

5to.

Derecho (es uno de los siete derechos básicos del consumidor) que protege a los consumidores de todo tipo de discriminación ocasionada por su orientación sexual.

Las 5 empresas más "gay friendly" [1]

Estas son las compañías que más incluyen en sus políticas y costumbres los asuntos importantes para la comunidad LGBT.

IBM
Google
BT
Morgan Stanley
Cisco Systems

Los 5 mejores destinos gay 2010 [3]

1 **Berlin,** Alemania
2 **Buenos Aires,** Argentina
3 **Londres,** Inglaterra
4 **Madrid,** España
5 **Nueva York,** EU

De 20 mil a 50 mil

Dinero que gastan al año 31% de los gays en viajes de placer. [2]

20%

Porcentaje de lesbianas que gastan esa misma cantidad en sus viajes. [2]

75%

de las mujeres prefieren ir a un evento cultural que a un desfile de modas. [2]

32% de los hombres y 26% de las mujeres gastaron entre 3 mil y 4 mil pesos en ropa durante el último mes. [2]

31% de las mujeres piensan cambiar de auto. en máximo dos años. (2)

9

cigarros diarios que consume en promedio el 48% de los hombres gay que gustan de fumar. [2]

¿Dónde compran su ropa? [2]

Tienda departamental	45%	41%
Boutique	39%	38%
Tianguis o bazar	8%	10%
Supermercado	5%	7%
Otros	3%	4%

+de 1 millón

Descargas en iTunes que en solo cinco días alcanzó la canción "Born this way" de **Lady Gaga**, considerada el nuevo himno gay, convertida en el sencillo que más rápido se ha vendido en la historia de la tienda en línea. [4]

Fuente (1) Cámara Internacional de Comercio Gay y Lésbico, iglcc.org **(2)** Estudio "Pink Market México 2004", De la Riva Investigación Estratégica. **(3)** 2010 TripOut Gay Travel Awards, publicado en tripoutgaytravel.com **(4)** Reuters **(5)** Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2008, INEGI, ingreso ajustado por economías de escalas.

De las páginas de...

PROTEJA

$U DINERO

CONDUSEF

Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros

5 consejos

para utilizar el cajero automático

Usa cajeros de tu banco:

Sacar dinero de otro banco te costará entre $7 y $36 dependiendo del banco. Las comisiones varían de acuerdo a la ubicación y establecimiento donde está el cajero. Por ejemplo, retirar efectivo en cajeros ubicados en tiendas de autoservicio puede ser más caro que hacerlo en cajeros ubicados en sucursales bancarias. En algunos casos puedes retirar hasta $1,000 de tu tarjeta de débito en las cajas de los supermercados, sin comisión, pregunta si cuentan con este servicio.

Programa tus necesidades de efectivo:

MARZO 28

Así te administrarás mejor, pues es más fácil que el efectivo se te vaya en gastos hormiga. Programa los retiros semanal o quincenalmente: presupuesta tus gastos de transporte, alimentación, servicios, entre otros, y retira la cantidad adecuada. (En los cajeros puedes retirar hasta $6,000 en un día).

Toma medidas de seguridad:

Si notas algo raro en el cajero no lo uses, verifica que la ranura donde se inserta la tarjeta se encuentre libre. Cuando digites tu NIP, trata de cubrir el teclado con una de tus manos y no aceptes ayuda de desconocidos.

Guarda los recibos:

RECIBO

Con ellos podrás verificar todas las operaciones que aparezcan en tu estado de cuenta, y detectar cualquier anomalía a tiempo.

Memoriza tu NIP:

1234

Trata de que no sea fácil de descifrar (es decir, que no incluya números de tu teléfono, fecha de nacimiento, por ejemplo). Nunca lo lleves contigo, es mejor memorizarlo. Y nunca se lo proporciones a nadie. En muchos cajeros puedes cambiar tu NIP.

Para leer este artículo completo ingresa en http://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php

Del D.F. y área metropolitana
53 400 999
de todo el país
01 800 999 80 80

Síguenos por *twitter*: **@CondusefMX**

www.condusef.gob.mx

CONDUSEF
Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros

Educación Financiera
Tu ganancia

Mito urbano: el lácteo inservible es transformado en yogur

LA ESPESA EVOLUCIÓN DE LA LECHE

¿Qué hacen los fabricantes con la leche que caduca en los anaqueles? La leyenda es que la reutilizan para fabricar quesos, yogures y chongos zamoranos. Al principio, nos sorprendimos.

Podríamos decir que este mito se fabricó en casa. Luego de que en nuestra edición de febrero de 2010 desmentimos la información de que la leche caduca en envases Tetra Pak era reprocesada, comenzaron a llegar mensajes que nos hacían la pregunta inevitable: "Entonces, ¿qué hacen con la leche que ya caducó?". Pero fue en nuestra página en internet donde el tema se convirtió en polémica: "Hay muchos productos que se hacen con la leche echada a perder o caduca, 'los chongos' son uno de esos y saben deliciosos", comentó Lil en revistadelconsumidor.gob.mx; mientras que Luis, uno de los participantes más entusiastas e incrédulos, preguntaba: "¿Acaso la tiran? ¿O la reprocesan para hacer quesos, yogur, etcétera?". Es momento de saber qué tan ciertas son las sospechas de nuestros lectores.

Ni tan caduco

Al grano: ¿cuál es el destino de la leche caduca? "Puede ser la elaboración de quesos", nos comenta Samuel Suazo, investigador especialista en lácteos de la Unidad Profesional Interdisciplinaria de Biotecnología (Upibi) del IPN, quien termina de sorprendernos con esto: "El otro producto que se puede hacer, porque no importa tanto la textura, son los yogures". A primera vista, pareciera que las teorías de la leche inservible convertida en yogur no eran disparatadas; pero el mismo Samuel Suazo nos explica: "Eso que llaman leche caduca en realidad no es que esté mal, todavía tiene características buenas para preparar otro tipo de productos, lo que técnicamente es posible mientras sus propiedades fisicoquímicas se puedan aprovechar".

Entonces, ¿es verdad que la leche echada a perder se reutiliza para fabricar yogur? No, en realidad. La leche caduca solo podría reutilizarse si sus cualidades nutritivas y de inocuidad lo permiten. Guadalupe Velasco, directora de Investigaciones Químico Biológicas del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, aclara el panorama: "Caducar, en ocasiones, no significa leche descompuesta. A la leche le dan una fecha de caducidad con el fin de asegurar una vida útil al consumidor, pero a veces los fabricantes agregan un rango de seguridad en que su producto no se va echar a perder". Es decir, en ocasiones un producto caduco puede estar en perfectas condiciones aunque ya no se exhiba en los anaqueles. Lo anterior no significa que las Normas Oficiales Mexicanas les permitan a los fabricantes utilizar leche caduca para elaborar otros productos lácteos. De hecho no lo hacen, pero sí estipulan, entre otras, las especificaciones fisicoquímicas, microbiológicas y de información comercial que deben de cumplir los productos, las cuales, de acuerdo con los especialistas entrevistados, podrían ser cubiertas por una leche caduca que no ha perdido la composición con que salió a la venta. Aunque hay que aclarar, eso sí, que un lácteo caduco que ya está echado a perder "no puede utilizarse para hacer un yogur o queso porque ya perdió las características fisicoquímicas, organolépticas y microbiológicas que debe tener una buena leche", asegura la química Guadalupe Velasco. Así que eso de que la leche caduca se puede reutilizar para producir otro producto no deja de ser solo una teoría técnica, pero ¿qué dicen los fabricantes?

Se derramó la leche

Buscamos la opinión de Grupo Lala, una de las compañías lecheras más grandes de México, que asegura ofrecer siempre "productos frescos, con vida de anaquel vigente, en todos y cada uno de los puntos de venta, por lo que bajo ninguna circunstancia se permite tener producto caduco en el mercado". Además, Grupo Lala señala que del total de la leche que produce solo entre el 0.4 y 0.8% llega a caducar sin ser vendida. Por su parte el ingeniero Javier Montes, director de calidad de Grupo Alpura, nos comenta: "En Alpura no reprocesa leche caducada". Javier Montes asegura que la merma mensual del total de sus productos (leche, yogur, crema, etcétera) apenas alcanza el 0.83%.

Y es que la leche es un producto de tan primera necesidad que es difícil que existen cartones que no se vendan antes de su fecha de caducidad. David, uno de las participantes en la discusión que se desató en la **Revista del Consumidor en Línea,** lo explica mejor que nadie: "Yo tengo una tienda, vendo alrededor de 20 cajas de leche semanales y jamás ha caducado alguna leche. Los grandes supermercados se manejan por inventario mensual: si venden 600 cajas mensuales, compran 700 y, con seis meses de caducidad del producto, es prácticamente imposible que caduque la leche". Grupo Alpura, por ejemplo, utiliza un sistema de rotación de producto denominado "Peps" (primeras entradas, primeras salidas), es decir, el primer producto que ingresa debe de ser el primero que salga. "En anaqueles y muebles fríos se colocan al fondo las nuevas fechas y al frente las fechas más próximas", asegura Montes.

Pero la pregunta clave sigue sin respuesta. ¿Qué hacen los productores de lácteos con ese porcentaje de leche que caduca? Primero, Alpura: "Producto y envase se colocan en contenedores separados para ser desechados por un servicio externo autorizado, esto es como medida para proteger nuestra marca". El turno de Lala: "Lala no retorna leche del mercado a las plantas de proceso, así que todo el producto que caduca en el anaquel es concentrado en los centros de distribución y es destruido".

Así que no habría ningún problema en que la leche "caduca" en buenas condiciones se utilizara para producir ese yogur que compras por la mañana y que si este se hiciera con leche echada a perder, simplemente no cumpliría con las condiciones sanitarias para ser comercializado.

—Armando Aguilar

Gráfico Bachan

5 TIPS DE BUENA LECHE

1 Verifica siempre, en cualquier producto, la fecha de caducidad (límite en que las características sanitarias y de calidad de un producto se reducen o eliminan de tal manera que no debe consumirse) o la fecha preferente de consumo (cuando el producto deja de ser comerciable aunque puede ser consumido, ya que mantiene las cualidades específicas que se le atribuyen).

2 Verifica que las características organolépticas (es decir, su color, textura y olor) sean las propias de la leche en buen estado.

3 Conserva tu leche en el refrigerador a una temperatura de 7°C o menos y recuerda limpiarlo constantemente para que tus alimentos no se lleguen a contaminar.

4 Cuida tu leche de la luz, el calor y el oxígeno de la atmósfera, ya que son los principales factores que alteran su composición.

5 Considera que lo ideal es que la leche pasteurizada, una vez abierta, se consuma ese mismo día. Si la leche es ultrapasteurizada, la recomendación es que la mantengas máximo tres días en refrigeración después de abrirla.

Fuente Consejo para el Fomento de la Calidad de la Leche y sus Derivados, Samuel Suazo, investigador especialista en lácteos del IPN.

Busca otros mitos urbanos investigados en facebook.com/mitourbanoprofeco

En sintonía con el consumo

ESCÚCHANOS CON ATENCIÓN...

REVISTA DEL
CONSUMIDOR
RADIO

¡El consumo inteligente está cada vez más

Vivir Mejor

5568 8722
DF y área metropolitana

01 800 468 8722
larga distancia sin costo

inteligente

en abc Radio 760 AM
¡Comunicación con sentido!

Todos los martes de 20:00 a 20:30h, por el 760 AM de tu radio, tienes una cita con Fernanda Tapia y sus especialistas invitados. Conoce, de manera ágil y amena, los secretos del consumo inteligente y las estrategias para tener una economía familiar sana.

cerca de ti, solo nos tienes que sintonizar!

El ingrediente misterioso

Colorantes comestibles

Esta es la historia de una paleta artificial. Vivimos el reinado de los colorantes sintéticos, pero pocos nos damos cuenta del poder que tienen en nuestra vida cotidiana (y comestible). Aquí el homenaje.

Casi el 80% del antojo de tu platillo favorito está determinado por el color de su apariencia. Así de poderoso es el papel de los colorantes en todo lo que deseas saborear. En el "top tres" de las cualidades organolépticas de la comida en primer lugar está el color seguido del sabor y la textura. "Si no tiene un buen color, te puedes olvidar de las otras dos. Es más, si la comida no es del color que esperas, lo más seguro es que no te guste el sabor", refiere Adam Burrows, en su documento *The palette of our palates: A brief history of food coloring and its regulation (La paleta de nuestros paladares: Breve historia de los colorantes alimentarios y su regulación).*

Ya sean naturales o artificiales, los colorantes tienen el mismo objetivo: conferir o acentuar el color de los alimentos para hacerlos más atractivos y estandarizarlos aunque un alimento puede presentar una coloración variada, el consumidor siempre espera encontrar el mismo color en el producto. "Los naturales pueden ser de origen vegetal (clorofila, achiote o azafrán), animal (cochinilla de grana) o mineral (óxido de tintineo) y los artificiales son sintetizados en el laboratorio al mezclar sustancias químicas (tartrazina, negro brillante, azul patentado, verde no. 3, entre otros)", explica Covadonga Torre Marina, maestra de la Academia de Ciencias Aplicadas de la Universidad Panamericana.

Un pasado no tan oscuro

Todo misterio comienza con una fecha inexacta. Los arqueólogos calculan que los orígenes de los colorantes se remontan al año 1500 a. de C. En *La Ilíada,* Homero lanza en sus cantos alguna referencia al azafrán por su poder para teñir. Los egipcios y los romanos incluían en su inventario flores, zanahorias, moras, granadas y betabel para subir el tono de sus comidas. Metales como oro, plata y cobre daban un terminado deslumbrante a los manjares. La harina de pan era blanqueada y el vino oscurecido. Ya en pleno siglo XIV, el azafrán, la cúrcuma, el perejil y las espinacas ganaron popularidad en Europa.

En su libro *Colorantes naturales,* la investigadora Yoshiko Shirata argumenta que en México y en América del Sur adicionar color a la comida era cosa de todos los días gracias a la grana cochinilla, un insecto que vive en las pencas del nopal. De las hembras

PALETA DE SABORES

La siguiente lista de nombres y números corresponden a tonalidad de ciertos alimentos. Estos son los más utiliza

E- 151 NEGRO BRILLANTE
Se emplea en mermeladas y en el caviar.

E-104 AMARILLO DE QUINOLEÍNA
Está presente en bebidas refrescantes y alcohólicas color 'naranja', productos de repostería, conservas vegetales, helados y derivados cárnicos.

En el s se pensa colorant aumentab nutriment tenían u medi

E-102 TARTRACINA
Se usa en productos de repostería, galletas, derivados cárnicos, sopas preparadas, conservas vegetales, helados y caramelos. También le confiere el color "limón" a las bebidas refrescantes y es el colorante que se usa en sustitución del azafrán para darle el color amarillo a las paellas.

E-127 ERITROSINA
Se utiliza en la mayoría de los postres lácteos color fresa como yogures y también en mermeladas, caramelos, patés de atún o de salmón.

colorantes específicos que se utilizan para realzar la
dos:

E-142 VERDE ÁCIDO BRILLANTE
Se añade en bebidas refrescantes, chicles y caramelos.

E-132 INDIGOTINA, ÍNDIGO CARMÍN
Indicado para bebidas, caramelos y helados.

iglo XVI ba que los es no solo an el valor al, también n efecto cinal.

E-131 AZUL PATENTADO
Con este colorante se consiguen los tonos verdes al combinarlo con colorantes amarillos. Ideal para la mermelada de ciruela, caramelos, bebidas y pasteles.

E-124 ROJO COCHINILLA A, ROJO PONCEAU 4R
Es el color "fresa" de los caramelos, helados, pasteles, chorizo y caviar sucedáneo (huevas de peces económicos).

se extraía el colorante rojo carmín responsable de darle intensidad a la comida y bebidas; luego fue exportada a Europa para complementar las ya de por sí teñidas especialidades mediterráneas: arroz amarillo azafrán y pasta con tinta de calamar.

Si bien en la Edad Media ya se habían descubierto varios extractos vegetales, estos eran reservadas solo para las clases altas, menciona Elise Flemming en su libro *Food Coloring Agents (Agentes colorantes de la comida)*. A cada color le correspondía un valor nutricional distinto y un poder medicinal; por ejemplo, la comida roja producía plenitud y mejoraba la circulación sanguínea, mientras que los condimentos dorados promovían la sanación a través del sol. Los grandes contras para entonces eran que los extractos vegetales, minerales y animales eran potencialmente tóxicos y su fijación en los alimentos era corta.

La revelación púrpura

En 1856 el químico inglés William Henry Perkin descubrió el primer tinte de anilina artificial derivado del carbón que nombró púrpura de Perkin, popularmente conocido como malva. Después de este descubrimiento nada fue igual para la industria textil, farmacéutica, cosmética y por supuesto alimentaria, ya que estimuló a los químicos de la época a tratar la anilina con múltiples reactivos para obtener nuevos colorantes. El químico alemán Friedlieb Ferdinand Runge logró el negro de anilina, el francés Françoise Emmanuel Verguin descubrió un segundo colorante de hidrocarburos: la fucsina. "En 1863 hallaron la anilina roja, y en 1864 la violeta. En esos años la industria de las anilinas explotaron en todo Europa y surgió el primer azul índigo sintético a escala industrial. Hasta 1860 Francia y Gran Bretaña fueron líderes en el mercado de los colorantes pero a medida que caducaban sus patentes, la industria del color en Alemania creció sin parar. Friedrich Bayer en Alemania tomó ventaja de las anilinas fucsias, azules y violetas", detalla Ana von Rebeur en su libro *La ciencia del color.*

El tono reglamentario

En 1900 existían más de 80 colorantes utilizados en alimentos. No había regulaciones y el mismo colorante utilizado para teñir ropa se usaba para colorear dulces. "Sin embargo en 1906 se desarrolló la primera legislación al respecto y solo siete colorantes fueron aprobados, aquellos constituidos por ingredientes conocidos que no provocaron efectos dañinos al ser evaluados. Los colorantes aprobados fueron: Naranja, Eritrosina, Rojo 3, Amaranto, Indigotina, Amarillo Naftol y Verde Ligero", afirma Covadonga Torre Marina.

En efecto, los colorantes artificiales pueden resultar peligrosos para la salud cuando no se usan en las cantidades adecuadas ni en los alimentos y bebidas indicados. En México, está restringido el uso de la mayoría de colorantes azoicos (caracterizados por la presencia de nitrógeno unido a anillos aromáticos y solo se obtienen por síntesis química) debido a que algunos de ellos, como el 'amarillo mantequilla', utilizado colorante de grasas, han demostrado elevar el riesgo de cáncer", destaca Juan Manuel Aceves Hernández, investigador del Laboratorio de Nanomateriales y catedrático de la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán de la UNAM.

Otro factor que ha despertado la preocupación de los consumidores se debe a que hace aproximadamente 40 años se postuló que la hiperactividad involucrada en los problemas de aprendizaje de los niños (déficit de atención) se podía atribuir a los colorantes artificiales, al consumo de ciertas frutas que contienen salicilatos y al azúcar. Desde entonces se han realizado muchas investigaciones, pero los resultados no han sido concluyentes y no hay una respuesta definitiva sobre el papel que juegan los colorantes artificiales en esta problemática. Se ha encontrado que se trata, más bien, de una hipersensibilidad frente a ciertas sustancias (alergias alimentarias). Sin embargo, la presencia de estos aditivos debe ser declarada en la lista de ingredientes de los productos alimenticios. En cualquier caso, no volverás a ver igual ese esplendoroso pastelillo de color rosado.

—Montserrat Bustos

Tecnología Doméstica Profeco

GALLETAS DE AMARANTO

Disfruta junto con tu familia de todos los beneficios nutritivos del amaranto con esta deliciosa tecnología doméstica, que esta vez sí te recomendamos dejar al alcance de tus niños.

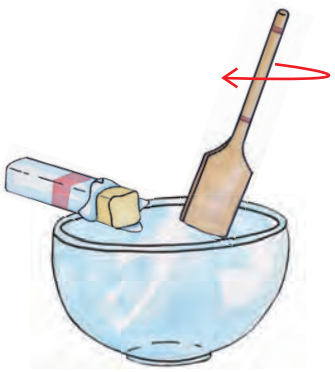
INGREDIENTES

- 2 tazas de harina de trigo (300 g)
- 1/2 taza de harina de amaranto (75 g)
- 1 barra mediana de margarina (250 g)
- 2 huevos medianos
- 3/4 de taza de azúcar refinada (150 g)
- 1/2 taza de amaranto reventado (20 g)
- 1 cdita. de polvo para hornear (6 g)
- 1 cdita. de extracto de vainilla

UTENSILIOS

Charolas para hornear, brocha para alimentos, colador de malla fina, cortador redondo de galletas, pala de madera, recipiente hermético con tapa, rodillo, tazón de vidrio con capacidad de 4 litros, tazón de 2 litros y plástico para alimentos.

1

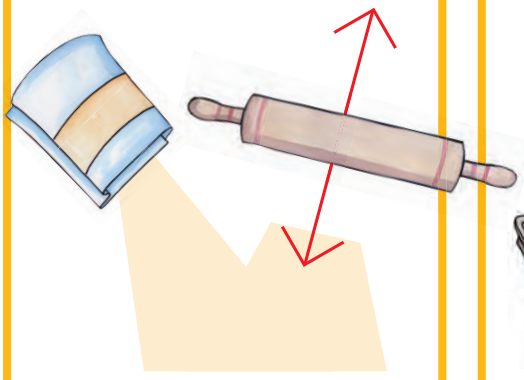


Vacía la margarina en el tazón de 4 litros, bate con la pala de madera hasta que tome una consistencia semejante a la crema.

2

Agrega un huevo entero, una yema, reservando la clara, el azúcar y el extracto de vainilla. Sigue batiendo hasta incorporar los ingredientes.

5



Espolvorea harina sobre la mesa y aplana una cuarta parte de la masa con el rodillo enharinado hasta obtener un grosor de 2 centímetros.

6

Corta la masa y coloca las galletas sobre las charolas previamente engrasadas. Barniza las galletas con la clara que reservaste.

Tiempo de preparación: 45 minutos

Caducidad: 2 meses

Rendimiento: 25 galletas

En todas las Tecnologías Domésticas Profeco se consideran las siguientes equivalencias: 1 cucharada (TBS: *table spoon)* = 15 ml, 1 cucharadita *(tea spoon)* = 10 ml, 1 taza = 250 ml

25%
de ahorro o más comparado con el producto comercial.

AMANTES DEL AMARANTO

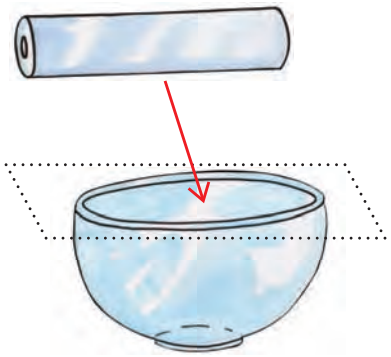
Existen varias razones por las que incluir las semillas de amaranto en nuestra dieta resulta una excelente decisión. Aquí te decimos algunas:

•Por la calidad de sus proteínas, sus aminoácidos esenciales, así como por su delicioso sabor y bajo costo.
•Porque no contiene gluten, característica que lo hace apto para personas alérgicas o intolerantes a esa sustancia.
•Porque existen muchas maneras de combinarlo y disfrutarlo: dulces artesanales, granola, ensaladas, sopas, atole, aguas frescas, pasteles, panes, galletas (como en el caso de la TDP que te presentamos)... y lo que tu imaginación te dicte.

3

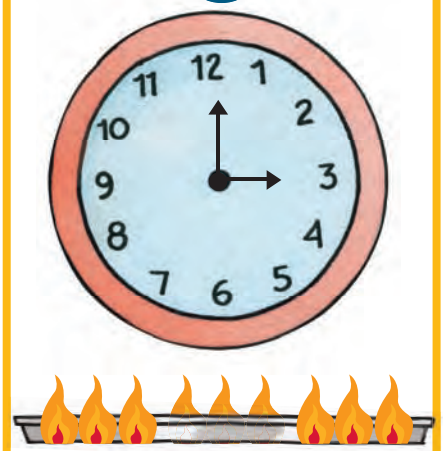
Agrega poco a poco la harina cernida junto con el polvo de hornear, así como la harina de amaranto y el amaranto reventado, mezclando con la pala y después con las manos, hasta que se despegue fácilmente y esté homogénea.

4



Tapa la masa con plástico para alimentos y métela al refrigerador por media hora.

7



Introduce las charolas en el horno caliente a 180°C y deja que se cuezan por 10 o 15 minutos, después retira y deja enfriar.

CONSERVACIÓN

•Una vez frías, guarda las galletas dentro de un recipiente hermético con tapa o en una bolsa de plástico bien cerrada.
•Las galletas de amaranto deben guardarse en la alacena, protegidas de la luz. Si notas que cambia su aroma o consistencia, deséchalas de inmediato.

RECOMENDACIONES

•En lugar de la margarina puedes usar mantequilla, lo que mejorará notablemente el sabor, aunque esto elevará el costo de las galletas.
•Otra forma de sustituir la margarina es mezclando 125 gramos de manteca vegetal y 125 gramos de mantequilla, lo que mantendrá el costo y también mejorará el sabor.
•En lugar de la vainilla también puedes agregar 1/4 de cucharadita de ralladura de naranja fresca.

Validación técnica del maestro en ciencias Miguel Ángel Meza Vudoyra.

Diván de nutrición

LOS MILAGROS NO EXISTEN

Lo repetiremos mil veces si hace falta: no hay remedios mágicos para bajar de peso. Nuestra nutrióloga aporta datos a ese "no" rotundo.

EL CASO DE LA ALCACHOFA MÁGICA

¿En qué consiste la dieta de la alcachofa? ¿Funciona? ¿Qué tan bueno es consumir esas pastillas y ampolletas que están tan de moda?

—Vianney Angélica

La llamada dieta de la alcachofa consiste en comer este alimento durante los tres tiempos principales –desayuno, comida y cena–, en diferentes presentaciones: sopa, ensalada, cocida, licuada, en ampolletas o en pastillas. La dieta omite el grupo de cereales, proteína de origen animal, leguminosas, lácteos, grasas tanto vegetales como animales, y azúcares.

Hay que tener mucho cuidado con este tipo de dietas y productos "milagro" que prometen tener propiedades terapéuticas, además de garantizar bajar de peso y desintoxicar al organismo sin que tenga un efecto de rebote. De hecho, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) recomienda a los consumidores no comprar este tipo de productos, cuyas supuestas bondades carecen de fundamentos científicos. Por descontado, contienen sustancias que se dicen "naturales" *(thevetia, focus vesiculoso)* y que pueden provocar daño renal, alteraciones cardiacas, daño cerebral e incluso la muerte.

No hay fórmulas mágicas; lo que debes hacer es eliminar los hábitos alimentarios nocivos para tu salud y comenzar con un programa de alimentación adecuado a tus necesidades, actividades, edad y sexo, junto con una serie de actividades físicas que te permitan lograr una reducción de peso gradual a expensas de la grasa y no del agua. Es decir, el problema del sobrepeso y obesidad tiene que ver con el exceso de grasa, no de líquido; muchos de estos productos lo único que logran reducir en tu cuerpo es, justamente, el agua, pero no bajas grasa.

PURA FIBRA

¿Qué tipo de alimentos contienen fibra y por qué es tan importante consumirla?

—Joanlly Sánchez

La fibra es muy importante, pues disminuye el tiempo de vaciado en el estómago, acelera el movimiento del aparato digestivo y permite una menor absorción de glucosa y colesterol. Además, evita el estreñimiento y ayuda a prevenir la aparición de varias enfermedades crónicas como diabetes, hipertensión, alteraciones cardiovasculares, colesterol alto y triglicéridos elevados, entre otras.

Los alimentos que más fibra contienen son las frutas, verduras, leguminosas (frijol, lenteja, chícharo, alubia, haba y garbanzo) y cereales integrales. Trata de consumir las frutas con cáscara, las verduras en crudo y los cereales integrales (avena, cebada, trigo).

LIGERAS Y COMPLETAS

¿La leche light es menos nutritiva que la entera?

—Natalia

La leche light (ligera) tiene casi los mismos gramos de hidratos de carbono, proteínas, calcio, fósforo, sodio y vitamina A que la leche entera. La principal diferencia es que la light está desgrasada en algún grado. Para saber un poco más sobre el alcance de esta disminución de aporte calórico, te recomendamos revisar un estudio de calidad de productos light realizado por el Laboratorio Profeco y publicado en el número de enero de 2008 de esta revista. Recuperalo en PDF en revistadelconsumidor.gob.mx.

Envía tus preguntas para la nutrióloga ***Leticia Huerta*** *a* ***rconsumidor@profeco.gob.mx*** *y al muro de* ***facebook.com/consumidorinteligente.*** *Las cartas enviadas implican tu consentimiento para que sean editadas y publicadas.*

Toda información que envíes a la revista queda protegida conforme a los lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el IFAI.

PREGUNTA, QUE ES GRATIS

Todos los niños, todas las vacunas

La OMS estimó, durante 2008, que en el mundo murieron 2.5 millones de niños menores de cinco años debido a enfermedades prevenibles mediante la vacunación. No hay pretexto: vacuna a tus hijos.

Desde 1991, en México está activo el Programa de Vacunación Universal cuyo propósito ha sido proveer protección mediante la vacunación gratuita a los diferentes grupos de edad en toda la población del país. Hoy nuestro esquema de vacunación es uno de los más completos de América Latina, entre otras razones, porque nuestras instituciones de salud (Secretaría de Salud, IMSS, ISSSTE) están comprometidas a vacunar a la población para prevenir, controlar y erradicar las enfermedades infecciosas que atacan principalmente a los niños menores de cino años.

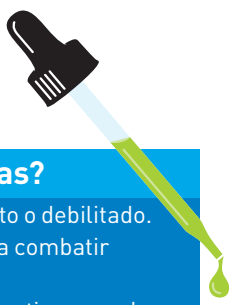
Heroínas de la salud

Cuando nacemos somos inmunes a una gran parte de enfermedades gracias a las defensas que adquirimos de nuestra madre; sin embargo, esas defensas disminuyen después del primer mes de vida, por lo que a partir de esta etapa nuestro cuerpo no es lo suficientemente fuerte para combatir enfermedades y los niños que no son vacunados pueden morir por condiciones que son prevenibles. Aquí es dónde las vacunas entran en acción en los infantes.

Las vacunas son productos seguros derivados del germen que causa la enfermedad, que al estar en contacto con el cuerpo desencadenan una respuesta inmunológica capaz de generar memoria de protección. Su importancia es tal que son las responsables de haber controlado enfermedades que hasta hace algunos años eran comunes en nuestro país, como sarampión, poliomielitis, rubéola, paperas, tétanos y enfermedades invasivas por *haemophilus influenzae* tipo B. ¿Tienes hijos menores de cinco años? ¿Tienen todas sus vacunas? Un retraso en su vacunación implicaría que tus pequeños estén desprotegidos ante estas enfermedades.

Un mensaje vital

No basta con vacunar a tus hijos, ¡hay que vacunarlos a tiempo! Es por ello que te invitamos a que lleves a tus hijos menores de cinco años a la unidad de salud que te corresponda (es fundamental que los lleves a los 2, 4, 6, 12 y 18 meses de edad) para que te indiquen cuáles son las vacunas que necesitan. Otra opción muy útil es que envíes desde tu celular un mensaje de texto al 33666 con la palabra "SALUD", deja un espacio y escribe la fecha de nacimiento de tu bebé (por ejemplo: SALUD 28122010), recibirás recordatorios de vacunación y un regalo para tu celular. Estos mensajes tienen un costo de $1.16 (IVA incluido) y una buena forma de estar al día con las vacunas.



¿Cómo actúan las vacunas?

1 Se suministra un germen muerto o debilitado.
2 El cuerpo hace anticuerpos para combatir a los invasores.
3 Si el germen ataca otra vez, los anticuerpos lo destruyen y se evita la enfermedad.

Vacunar a tiempo a tus hijos les brindará protección temprana contra cada una de las enfermedades y sus complicaciones. Así que no lo olvides, acude pronto a la unidad de salud que te corresponda y consulta a tu médico sobre el esquema básico de vacunación que, además, es completamente gratuito.

Consumo cultural

El consumo no solo se ejerce, también sirve para entender a la sociedad en que vivimos. Aquí te recomendamos productos culturales que tocan de lleno al mundo del consumo. **Por Ágata Székely**

NACIDOS PARA ROMPERSE

Comprar, tirar, comprar: la historia secreta de la obsolescencia programada
Cosima Dannoritzer
Documental, TVE

¿Cuánto tiempo funciona de forma correcta una batería, una impresora, una bombilla de luz? ¿Te ha pasado que algún artículo del hogar se avería y los técnicos te dicen que es mejor comprar uno nuevo que repararlo? De acuerdo con varios expertos, esto sucede por una cuestión llamada "obsolescencia programada": cómo diseñadores e ingenieros fabricantes reducen la vida de un producto para aumentar las ventas. Detrás de esta práctica habita la esencia ideológica de la economía occidental, pero también una despreocupación evidente por la sostenibilidad. Los objetos descartables pronto se convierten en desechos contaminantes, que, en general, viajan en grandes contenedores a los países más pobres.

En este documental, sencillo y muy instructivo, se hace evidente a quiénes les es útil en verdad que las cosas duren cada vez menos, y revela qué compañías ocultan oscuros secretos de obsolescencia programada aunque ostenten ser amigables con el ambiente en sus publicidades y logos. La película está disponible en línea.

TENERLO TODO

Dinero y felicidad
Alberto Tovar
LID Editorial e ITESM

Manejar con maestría las finanzas personales va más allá de los conceptos de inversión o de ahorro, opina el economista Alberto Tovar Castro, con 20 años de experiencia como columnista de estos temas. Para él, aprender a manejar bien los ingresos –y a conseguirlos– tiene que ver con saber disfrutar las posesiones.

Dinero y felicidad no es un libro de superación, aunque su autor avisa que si se le entiende y aplica podría funcionar como trampolín a una vida mejor. Se trata de una serie de clases detalladas de finanzas personales, donde sí se abordan tópicos como inversión y ahorro, y también los seguros, los créditos, las Afores, la toma de decisiones y la administración en general, con cuadros explicativos y un lenguaje apto para todo público, con glosario incluido.

"Si bien el tema está relacionado con la 'frialdad' de los números, también es 'transparente y cálido' si pensamos que detrás del dinero hay necesidades básicas a cubrir, además de los sueños y metas por alcanzar", expresa Tovar.

REFLEXIONAR LA CIUDAD

megablogolis.blogspot.com

El manejo del transporte y todos los desafíos, conflictos y complejidades que lo rodean es esencial para un crecimiento sostenible de las ciudades. En busca de respuestas, con ideas, opiniones y aportes innovadores, el politólogo e investigador en economía del transporte Roberto Remes Telles de Meneses mantiene desde el 2007 un blog con reflexiones al respecto. Un sitio interesante para despertar el interés ciudadano acerca de cuánta es nuestra responsabilidad en el tráfico y las soluciones ecológicas, y cuáles son las políticas necesarias para una mejor movilidad.

El corazón es un músculo y su trabajo es enviar sangre a todo tu cuerpo; la sangre transporta el oxígeno y los nutrientes que necesita. Somos responsables de cuidarlo para evitar que enferme. En entrevista para **Ganar Salud®**, la doctora Alexandra Arias Mendoza, Médico Adjunto de la Unidad Coronaria del Instituto Nacional de Cardiología, habla de las enfermedades cardiovasculares originadas por la obesidad y de lo fácil que es prevenirlas.

suscríbete

Corazón libre de grasas,

¡LLENO DE VIDA!

Aprovecha la **suscripción anual** y obtén **dos meses más ¡Gratis!**
Sólo **$300**

GanarSalud

La revista que **te cuida**

Pediatría • Adolescentes • Salud para Él y Ella • En Plenitud • Nutrición
Salud Mental • Sexualidad • Del Siglo XXI • Medicina del Deporte y **¡Mucho Más!**

¡Suscríbete ya!: 5515 3825 ó 5515 3818, suscribete@ganarsalud.com

Agenda del consumidor abril

ARTE

6 al 10 de abril
Zona Maco 2011
Feria Internacional de Arte Contemporáneo en México
Más de 90 galerías y 900 artistas de todo el mundo.
En el Centro Banamex, México, DF. zonamaco.com

DEPORTE

10 de abril
Carrera Kinder: Generación en Movimiento.
Carreras de 1, 2 y 4 kilómetros
Pista del Hipódromo de las Américas, México, DF. generacionenmovimiento.com.mx

MÚSICA

8, 9 y 10 de abril
12º Festival Iberoamericano de Cultura Musical, Vive Latino
Más de 90 bandas de diferentes países durante tres días. Este año también participará el proyecto Cine Documental Ambulante, dirigido y curado por Diego Luna y Gael García Bernal.
Foro Sol, México, DF. vivelatino.com.mx

ABRIL 7

DÍA MUNDIAL DE LA SALUD

La Organización Mundial de la Salud lanzará una campaña destinada a proteger los medicamentos que la humanidad ha conseguido para futuras generaciones. La resistencia a los antimicrobianos es una amenaza para la continuidad de la eficacia de muchos fármacos actuales. La OMS exhortará este año a los gobiernos para que apliquen prácticas necesarias para prevenir y contrarrestar la aparición de gérmenes ultrarresistentes.

Tú puedes colaborar no automedicándote. Usar antibióticos sin receta médica es caro, ineficaz y fomenta la resistencia microbiana en toda la población. **Además:** usa genéricos. 90% de las enfermedades en el primer nivel de atención pueden tratarse con medicinas genéricas, intercambiables , con el mismo efecto que las innovadoras, y son mucho más económicas e igual de confiables.

Busca más información en who.int.

ABRIL 22

DÍA DE LA TIERRA

Este día se celebra desde 1970, cuando el senador y activista ambiental estadunidense Gaylord Nelson se manifestó, junto con universidades, escuelas y comunidades por la creación de una agencia ambiental. Así nació la Environmental Protection Agency (Agencia de Protección Ambiental) y una serie de leyes destinada a la protección del medio ambiente. Para celebrar la fecha hay miles de pequeñas acciones con grandes resultados que puedes emprender. Por ejemplo: México ocupa el lugar número 15 de la lista de países que más emiten dióxido de carbono, gas causante del efecto invernadero y del calentamiento global. Una de las razones principales de esta cifra es el exceso de uso del automóvil. Si disminuyes la utilización del auto en 15 kilómetros a la semana evitas emitir 230 kilogramos de dióxido de carbono al año.

Si revisas el inflado de los neumáticos, esto rebajará en más del 3% la tasa de consumo de combustible.

Recuerda que por cada 5 kilómetros que se hagan sin conducir un auto, se ahorra un kilo y medio de dióxido de carbono. Si caminas o usas bicicleta no solo ahorras combustible, también haces ejercicio.

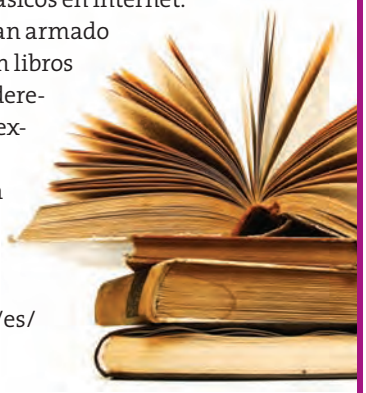
Textos Ágata Székely

ABRIL 23 DÍA MUNDIAL DEL LIBRO Y DEL DERECHO DE AUTOR

Se recuerda este día el fallecimiento de los autores Miguel de Cervantes Saavedra, Shakespeare e Inca Garcilaso de la Vega. En 1995 la UNESCO decidió rendir un homenaje universal a los libros y autores en esta fecha, con el objetivo de alentar la lectura.

Si las novedades editoriales te resultan muy caras, las librerías de viejo son una opción excelente.

Si no te molesta leer en pantalla, también pueden encontrarse grandes clásicos en internet. Hay varios sitios que han armado bibliotecas digitales con libros que nunca han tenido derechos de autor o este ha expirado. Visita Proyecto Gutenberg en la página gutenberg.org y busca la opción en español. Puedes encontrar más información en un.org/es/events/bookday.



ABRIL 30 DÍA DEL NIÑO EN MÉXICO

México ocupa el segundo lugar de exposición mundial de los niños ante la televisión, con cuatro horas y media diarias, en las que ven 39 comerciales cada 60 minutos. Se estima que en dos horas diarias de tele los chicos se exponen a unos 12 mil 700 comerciales de comida chatarra al año. Cada hora, ellos ven 39 publicidades de todo tipo, contra 24 que ven los infantes en Estados Unidos, 16 en Francia o cinco en Holanda.

Si quieres educar a tus hijos para que sean consumidores inteligentes, no dejes que los atrape el marketing infantil. Explícales que un artículo de marca no es siempre mejor que uno sin un logo vistoso. Reduce o evita su tiempo frente a los comerciales.

Enséñales a ahorrar. Una alcancía especialmente para ellos puede funcionar como incentivo y como aprendizaje acerca de cuánto esfuerzo cuestan las cosas materiales.

↘ Celebra el Día de la Tierra con tu granito de arena: limpia el aire y ahorra el agua.

- No compres alimentos con envases demasiado grandes o innecesarios. Al reducir en un 10 % la basura personal, se ahorran más de 500 kilos de dióxido de carbono al año.
- Repara fugas: una llave que gotea pierde casi 1,900 litros de agua al mes, la suficiente para bañarnos unas 100 veces.
- Aprovecha el sol primaveral: Secar tu ropa al aire libre (en lugar de usar la secadora) la mitad del año disminuyes en 320 kilos la emisión de dióxido de carbono al año. Además, ahorras en tu factura de luz.

↘ EXPOS

8 al 10 de abril
Expo Chiquitines
Evento para niños de 3 a 12 años y sus papás: productos y servicios, conferencias, pláticas para padres, talleres, granja de animalitos, shows infantiles.
De 11:00 a 19:00 en el Centro Banamex, México, DF.
expochiquitines.com

1, 2 y 3 de abril
- Expo Niño Saludable: obesidad, nutrición, pediatría y educación
- Expo Comida Saludable para la Diabetes

Ambas en el World Trade Center, México, DF.
expocumbremundial.com.mx

Hasta el 3 de abril
Las Manos del Mundo, Feria Internacional de Artesanos en México
Arte y Decoración
lasmanosdelmundo.com, México, DF

2 de abril
Expo Tu Bebé y Tú; Guadalajara
El Salón del Bebé y la Futura Mamá de Guadalajara

2 de abril
Expo Mi Niña; Monterrey.
Belleza, Moda, Ocio
En el Salón de las Niñas de Monterrey

6, 7 y 8 de abril
Expo Uso Eficiente de la Energía; Monterrey
expoenergia2011.com

↘ ESTUDIO DE CALIDAD:

CEREALES PARA NIÑOS

¿El desayuno de los campeones?

¿Qué mejor que empezar el día con un delicioso cereal? La intuición o la costumbre nos dice que no hay una opción más rápida y nutritiva. Aquí te damos información suficiente para pensar y repensar en el asunto.

ARA

OS

FICHA TÉCNICA

PERIODO DE MUESTREO:
18 DE NOVIEMBRE AL 17 DE DICIEMBRE DE 2010
PERIODO DEL ESTUDIO:
18 DE NOVIEMBRE DE 2010 AL 15 DE FEBRERO DE 2011

MARCAS ANALIZADAS: **41**

PRUEBAS REALIZADAS:

4,019

El pasillo de la imaginación en el área de abarrotes. Todos los supermercados tienen uno de esos túneles de fábula: tigres fortachones, conejos extasiados, duendes encantadores, niñas felices, niños sobre patinetas no menos alegres, serpientes, hadas, elefantes, tucanes... y colores, muchos colores. ¿Alguna duda de a quién quieren conquistar esas cajas exhibidas en coqueto orden militar? De acuerdo con un sondeo que realizamos para este estudio de calidad (consúltalo en la página 44), seis de cada diez personas compran su cereal basándose en la poco sorprendente premisa de que "es el que les gusta a los niños", mientras que 43% de estos prefieren consumirlo durante el desayuno.

El desayuno, como bien se sabe, es muy importante, ya que las calorías que consumimos por la mañana son las que quemaremos durante el principio de la jornada y nos mantendrán en pie por el resto del día. Ni la pereza, ni las prisas deben ser excusa para no desayunar y menos para no hacerlo de una forma correcta. El asunto aquí es saber si el mundo de divertida nutrición que nos ofrecen los cereales en caja son la forma correcta de empezar el día. Como respuesta, el primer gran consejo, aportado por Lucero Rodríguez, directora de Estrategias y Desarrollo de Entornos Saludables de la Secretaría de Salud: "La recomendación es que no se consuma con frecuencia este tipo de productos, sino con moderación; sobre todo porque quienes más los consumen son los niños y por el problema de obesidad que tenemos con ellos".

Cuatro de cada diez niños en México tiene problemas de sobrepeso u obesidad, esto es más de 4 millones de niños entre los 5 y 11 años de edad. Pero, claro está, no podemos culpar de todo lo anterior a los cereales. "El cereal como parte del desayuno puede combinarse y darnos una dieta recomendable", comenta Adriana Quintero, vocera de la Asociación Mexicana de Nutriología. La tradicional combinación de cereal, fruta y leche (como lo explicaremos más adelante) es una buena fórmula nutricional. "Sin embargo, algunos de ellos, en especial los que aportan una gran cantidad de azúcares, no son recomendables en un consumo frecuente para nuestra población", complementa la nutrióloga. Aquí es donde en realidad empieza el problema.

Lo ideal es consumir los cereales con moderación, sobre todo los que tienen mucha azúcar.

"¡Aguas con el azúcar, porque sí son cantidades importantes!", sugiere la doctora Lucero Rodríguez, especialista de la Secretaría de Salud, luego de echarle un vistazo a los resultados de nuestro estudio de calidad. Ahora es tu turno. No te fijes solo en el contenido de azúcares, analiza también la cantidad de carbohidratos, sodio y fibra. En fin, pon a prueba la calidad nutrimental de ese cereal que tanto le encanta al pequeño de la casa y saca tus propias conclusiones.

EL ESTUDIO

El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor se dio a la tarea de investigar la veracidad de la información que ostentan 41 cereales que comúnmente consumen los niños.

Determinamos el contenido total de nutrientes, como grasas, carbohidratos, azúcares y sodio; además de constatar la presencia de los minerales, vitaminas y fibra que declaran en su etiqueta. Para fines comparativos todos los resultados que encontrarás en las tablas se muestran en porción de 30 gramos, que es la más común entre las marcas.

NORMATIVA APLICADA: NOM-002-SCFI-1993, contenido neto, tolerancias y métodos de verificación. Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios, Secretaría de Salud.

CEREALES PARA NIÑOS

DATOS POR PORCIÓN DE 30 GRAMOS DE PRODUCTO

NESTLÉ CHEERIOS

Cereal de avena integral con canela sabor a manzana, fortificado

GREAT VALUE COOKIE BITES

Cereal de maíz y avena con sabores naturales a chocolate

NESTLÉ COOKIE CRISP

Cereal de maíz y trigo integral en forma de galletas con chispas sabor a chocolate fortificado

NESTLÉ GOLD

Hojuelas de maíz integral endulzadas con miel, fortificadas

	510 g	EU	318 g	EU	530 g	México	640 g	México
Carbohidratos totales	25.4 g		27.3 g		26.3 g		27.1 g	
Azúcares	10.6 g		10.7 g		12.3 g		11.8 g	
Proteína	2.1 g		1.3 g		1.7 g		1.2 g	
Grasa	2 g		1.9 g		1.8 g		0.5 g	
Sodio	0.139 g		0.134 g		0.122 g		0.141 g	
Fibra	1.8		0 g		1.3 g		1.2 g	
Contenido energético	127.7 kcal		131 kcal		128 kcal		117.6 kcal	
Costo por porción	$2.53		$3.30		$2.26		$2.02	

AURRERA

Cereal de arroz inflado con sabor a chocolate, Cereal de arroz inflado y maíz con sabor a chocolate

KELLOGG'S ZUCARITAS

Hojuelas de maíz escarchadas con azúcar

KELLOGG'S FROOT LOOPS

Cereal de maíz, trigo y avena con sabores naturales a fruta

POST HONEY BUNCHES OF OATS

Cereales de hojuelas multigrano con miel tostada

	600 g	México	950 g	México	520 g	México	411 g	EU
Carbohidratos totales	25.8 g		28 g		26.9 g		25.7 g	
Azúcares	8.1 g		12.5 g		10.5 g		6.4 g	
Proteína	1.7 g		1.1 g		1.6 g		2.2 g	
Grasa	1.1 g		0.3 g		0.9 g		1.6 g	
Sodio	0.088 g		0.129 g		0.159 g		0.118 g	
Fibra	2.3 g		0.5 g		1 g		2 g	
Contenido energético	120 kcal		118.3 kcal		112.3 kcal		125.6 kcal	
Costo por porción	$1.48		$1.11		$2.02		$3.36	

CEREALES PARA NIÑOS/ CONTINUACIÓN

DATOS POR PORCIÓN DE 30 GRAMOS DE PRODUCTO

NESTLÉ NESQUIK

Cereal de maíz integral sabor a chocolate, fortificado con vitaminas y minerales

KELLOGG'S CHOCO KRISPIS

Granos inflados de arroz con sabor a chocolate

KELLOGG'S RICE KRISPIES

Arroz tostado

KELLOGG'S CORN POPS

Maíz inflado y endulzado

	560 g	México	750 g	México	460 g	México	590 g	México
Carbohidratos totales	26 g		27 g		28 g		28 g	
Azúcares	9.8 g		10.5 g		2.8 g		13.6 g	
Proteína	1.4 g		1.6 g		2.2 g		0.9 g	
Grasa	1.8 g		0.9 g		0.2 g		0.2 g	
Sodio	0.110 g		0.178 g		0.194 g		0.115 g	
Fibra	1.5 g		0.5 g		0 g		0.5 g	
Contenido energético	126 kcal		122.1 kcal		123 kcal		117.4 kcal	
Costo por porción	$1.65		$1.40		$2.61		$1.71	

NESTLÉ TRIX

Cereal de maíz integral endulzado y con sabor a fruta, fortificado

NESTLÉ CHEERIOS

Cereal de avena integral con miel sabor a almendras, fortificado

QUAKER STARS

Cereal de avena, trigo y maíz fortificado sabor chocolate

NESTLÉ LUCKY CHARMS

Cereal azucarado con avena integral con malvaviscos fortificado

	340 g	México	482 g	EU	400 g	México	326 g	EU
Carbohidratos totales	26.1 g		25.1 g		24.8 g		25.9 g	
Azúcares	10.5 g		10.6 g		8.6 g		11.8 g	
Proteína	1 g		2.6 g		1.8 g		2.3 g	
Grasa	2 g		1.6 g		1.7 g		1.3 g	
Sodio	0.109 g		0.158 g		0.092 g		0.202 g	
Fibra	1.6 g		2 g		2.6 g		1.3 g	
Contenido energético	126.2 kcal		125 kcal		122 kcal		123.9 kcal	
Costo por porción	$2.74		$2.68		$2.48		$3.96	

NESTLÉ CINI MINIS

Cereal de trigo integral y arroz con espirales de canela, fortificado

KELLOGG'S APPLE JACKS

Cereal de maíz, trigo y avena sabor manzana y canela

KELLOGG'S CORN FLAKES

Hojuelas de maíz

KELLOGG'S CORN FLAKES AVENA

Hojuelas de maíz y avena con sabor miel

	363 g	EU	345 g	EU	500 g	México	320 g	México
Carbohidratos totales	25.8 g		24.8 g		26.5 g		26.8 g	
Azúcares	10.6 g		12.9 g		2.3 g		6 g	
Proteína	1.6 g		1.3 g		1.7 g		1.8 g	
Grasa	2.8 g		0.6 g		0.1 g		0.4 g	
Sodio	0.189 g		0.148 g		0.197 g		0.197 g	
Fibra	1.3 g		3 g		1 g		1 g	
Contenido energético	134.6 kcal		110.1 kcal		113.2 kcal		117.3 kcal	
Costo por porción	$3.88		$3.48		$1.80		$2.44	

KELLOGG'S CHOCO ZUCARITAS

Hojuelas de maíz escarchadas con sabor a chocolate

GREAT VALUE FRUTI AROS

Cereal de maíz, avena y trigo con sabores naturales a fruta

QUAKER STARS MALVAVISCO

Cereal de avena fortificado con figuras de malvavisco

AURRERA

Cereal de hojuelas de maíz

	730 g	México	558 g	EU	380 g	México	660 g	México
Carbohidratos totales	27.4 g		27.8 g		26.3 g		26.3 g	
Azúcares	11.7 g		12.9 g		11.7 g		0.9 g	
Proteína	1.2 g		1.5 g		1.7 g		1.5 g	
Grasa	1.2 g		1.2 g		1.7 g		0.5 g	
Sodio	0.148 g		0.083 g		0.193 g		0.231 g	
Fibra	0.5 g		0 g		1.2 g		1.4 g	
Contenido energético	124.6 kcal		127.7 kcal		127.8 kcal		115.5 kcal	
Costo por porción	$1.23		$1.86		$1.71		$0.98	

CEREALES PARA DESAYUNO/ CONTINUACIÓN

DATOS POR PORCIÓN DE 30 GRAMOS DE PRODUCTO

AURRERA

Cereal de trigo inflado endulzado sabor vainilla

CHACHITOS

Cereal de trigo inflado y endulzado sabor vainilla

NESTLÉ LA LECHERA FLAKES

Hojuelas de maíz integral fortificadas y endulzadas con Leche condensada azucarada La Lechera

KE ! PRECIO

Hojuelas de maíz, arroz y trigo

	400 g	México	500 g	México	630 g	México	600 g	México
Carbohidratos totales	27.5 g		23.1 g		26.8 g		25.4 g	
Azúcares	7.1 g		10.1 g		10.5 g		5.3 g	
Proteína	2.9 g		2.5 g		1.2 g		2.6 g	
Grasa	0.6 g		0.5 g		0.7 g		0.4 g	
Sodio	0.052 g		0.026 g		0.124 g		0.144 g	
Fibra	0 g		2 g		1.3 g		2 g	
Contenido energético	126.9 kcal		107.3 kcal		118.2 kcal		115.9 kcal	
Costo por porción	$0.90		$1.20		$2.14		$1.30	

KE ! PRECIO

Hojuelas de maíz con sabor a chocolate

GOLDEN HILLS AZUCARADAS

Hojuelas de maíz tostado escarchadas con azúcar

KE ! PRECIO BOLITAS CHOCO

Bolitas de maíz y arroz sabor a chocolate

KE ! PRECIO ESTRELLITAS CON MALVAVISCO

Estrellitas de maíz y arroz sabor vainilla con bombones de colores

	660 g	México	300 g	México	550 g	México	550 g	México
Carbohidratos totales	26.7 g		27.4 g		26.3 g		26.9 g	
Azúcares	9.1 g		9.4 g		7.6 g		9.9 g	
Proteína	1.3 g		1.4 g		1.6 g		1.1 g	
Grasa	0.9 g		0.3 g		0.8 g		0.5 g	
Sodio	0.126 g		0.165 g		0.102 g		0.057 g	
Fibra	1.4 g		0.5 g		1.4 g		1.3 g	
Contenido energético	120.6 kcal		118 kcal		118.8 kcal		116.1 kcal	
Costo por porción	$1.13		$1.79		$1.19		$1.47	

Los estudios de calidad e investigaciones realizados por Profeco pueden ser reproducidos por terceros siempre que lo sean en su totalidad y sin fines publicitarios o comerciales.

MAIZORO AZUCARADAS

Hojuelas de maíz azucaradas fortificadas con vitaminas y minerales

KE ! PRECIO DONITAS DE VAINILLA

Aritos de maíz y arroz sabor vainilla

GOLDEN HILLS SPON JOSOS

Cereal de trigo inflado con trozos de manzana endulzados y con sabor a manzana

BASICOS CORN FLAKES

Hojuelas de maíz

BASICOS

Cereal de trigo inflado sabor chocolate, Trigo inflado sabor chocolate y endulzado

	850 g	México	550 g	México	400 g	México	700 g	México	500 g	México
Carbohidratos totales	27.5 g		26.5 g		22.8 g		26 g		18.9 g	
Azúcares	9.6 g		8 g		6.4 g		2.3 g		6.9 g	
Proteína	1.4 g		1.4 g		3 g		1.7 g		2.9 g	
Grasa	0.3 g		0.3 g		0.6 g		0.4 g		0.5 g	
Sodio	0.216 g		0.074 g		0.018 g		0.278 g		0.028 g	
Fibra	0.5 g		1.3 g		2 g		1.4 g		4 g	
Contenido energético	118.1 kcal		113.9 kcal		108.2 kcal		114.6 kcal		91.7 kcal	
Costo por porción	$0.88		$1.19		$1.12		$0.98		$0.96	

CHACHITOS ARITOS DE FRUTAS

Cereal de maíz, trigo y avena sabor a frutas

CHACHITOS ARROZ INFLADO SABOR CHOCOLATE

Arroz inflado sabor chocolate

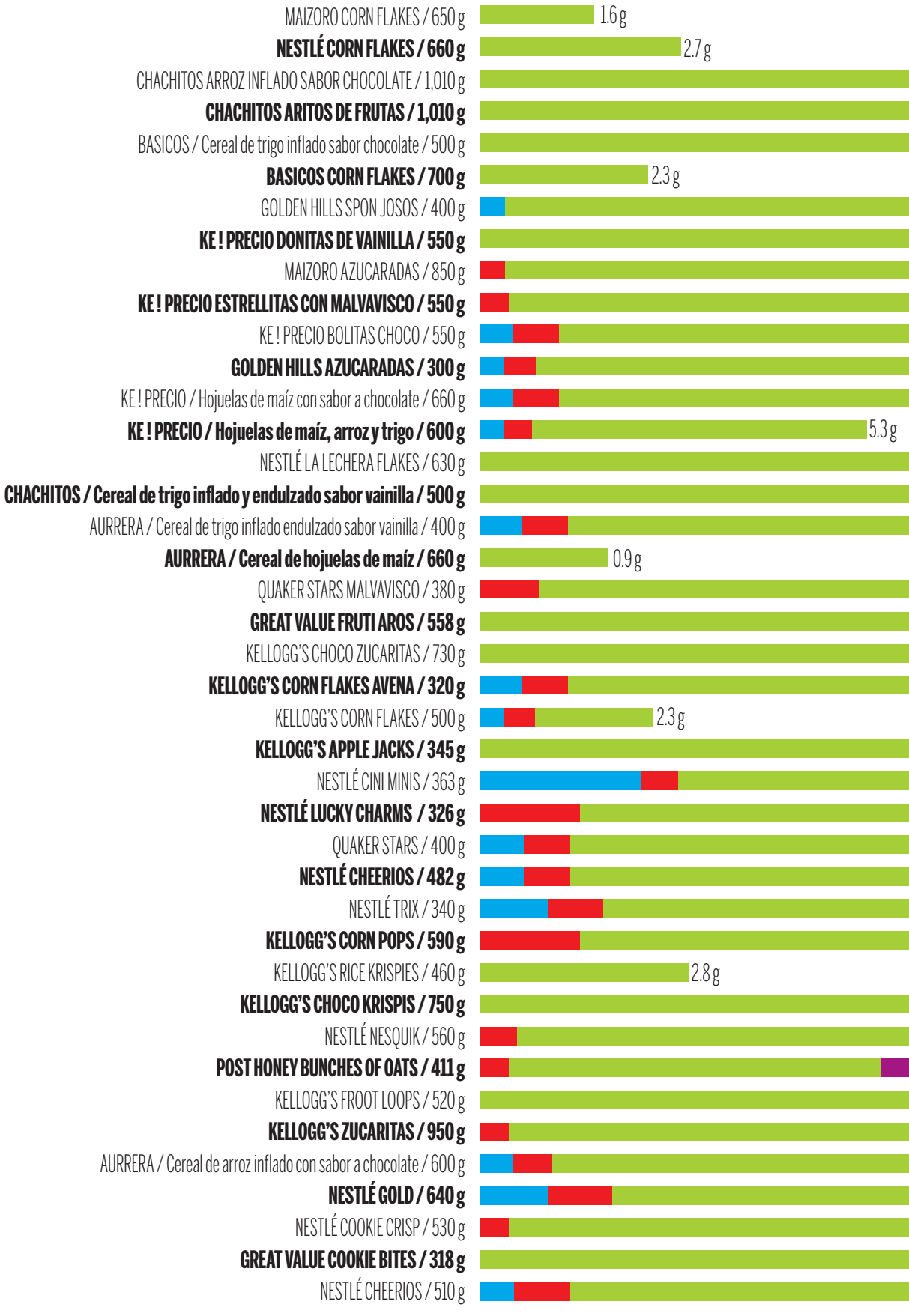
NESTLÉ CORN FLAKES

Cereal de maíz integral fortificado

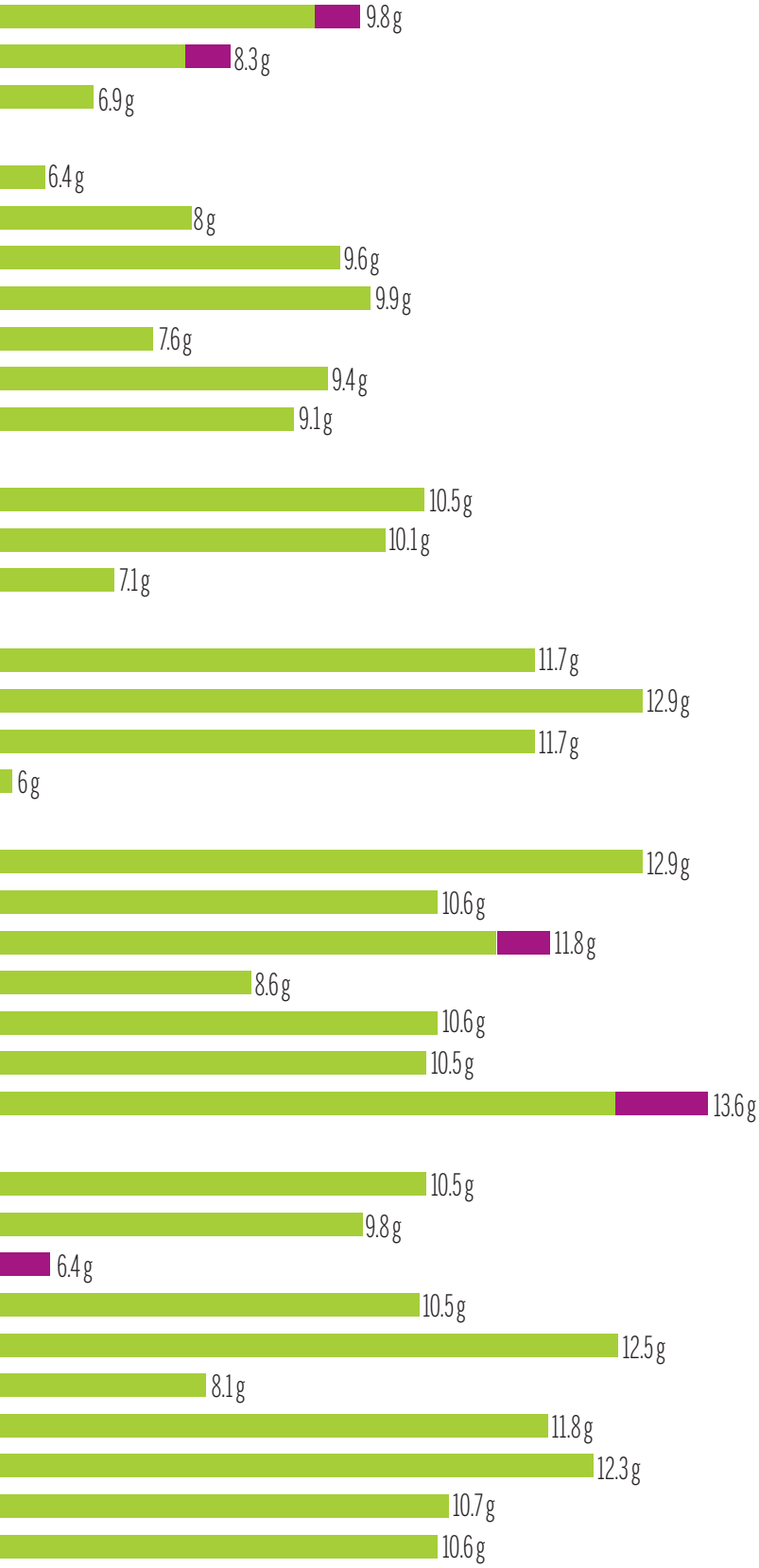
MAIZORO CORN FLAKES

Hojuelas de maíz fortificado

	1,010 g	México	1,010 g	México	660 g	México	650 g	México
Carbohidratos totales	27.1 g		27.5 g		26.5 g		26.7 g	
Azúcares	8.3 g		9.8 g		2.7 g		1.6 g	
Proteína	1.5 g		1.9 g		1.8 g		1.9 g	
Grasa	0.5 g		0.4 g		0.4 g		0.2 g	
Sodio	0.138 g		0.134 g		0.177 g		0.282 g	
Fibra	0.8 g		0.8 g		1.2 g		0.7 g	
Contenido energético	118.5 kcal		120.9 kcal		116.6 kcal		115.9 kcal	
Costo por porción	$1.03		$1.03		$1.45		$1	


MAIZORO CORN FLAKES / 650 g
1.6 g
NESTLÉ CORN FLAKES / 660 g
2.7 g
CHACHITOS ARROZ INFLADO SABOR CHOCOLATE / 1,010 g
CHACHITOS ARITOS DE FRUTAS / 1,010 g
BASICOS / Cereal de trigo inflado sabor chocolate / 500 g
BASICOS CORN FLAKES / 700 g
2.3 g
GOLDEN HILLS SPON JOSOS / 400 g
KE ! PRECIO DONITAS DE VAINILLA / 550 g
MAIZORO AZUCARADAS / 850 g
KE ! PRECIO ESTRELLITAS CON MALVAVISCO / 550 g
KE ! PRECIO BOLITAS CHOCO / 550 g
GOLDEN HILLS AZUCARADAS / 300 g
KE ! PRECIO / Hojuelas de maíz con sabor a chocolate / 660 g
KE ! PRECIO / Hojuelas de maíz, arroz y trigo / 600 g
5.3 g
NESTLÉ LA LECHERA FLAKES / 630 g
CHACHITOS / Cereal de trigo inflado y endulzado sabor vainilla / 500 g
AURRERA / Cereal de trigo inflado endulzado sabor vainilla / 400 g
AURRERA / Cereal de hojuelas de maíz / 660 g
0.9 g
QUAKER STARS MALVAVISCO / 380 g
GREAT VALUE FRUTI AROS / 558 g
KELLOGG'S CHOCO ZUCARITAS / 730 g
KELLOGG'S CORN FLAKES AVENA / 320 g
KELLOGG'S CORN FLAKES / 500 g
2.3 g
KELLOGG'S APPLE JACKS / 345 g
NESTLÉ CINI MINIS / 363 g
NESTLÉ LUCKY CHARMS / 326 g
QUAKER STARS / 400 g
NESTLÉ CHEERIOS / 482 g
NESTLÉ TRIX / 340 g
KELLOGG'S CORN POPS / 590 g
KELLOGG'S RICE KRISPIES / 460 g
2.8 g
KELLOGG'S CHOCO KRISPIS / 750 g
NESTLÉ NESQUIK / 560 g
POST HONEY BUNCHES OF OATS / 411 g
KELLOGG'S FROOT LOOPS / 520 g
KELLOGG'S ZUCARITAS / 950 g
AURRERA / Cereal de arroz inflado con sabor a chocolate / 600 g
NESTLÉ GOLD / 640 g
NESTLÉ COOKIE CRISP / 530 g
GREAT VALUE COOKIE BITES / 318 g
NESTLÉ CHEERIOS / 510 g

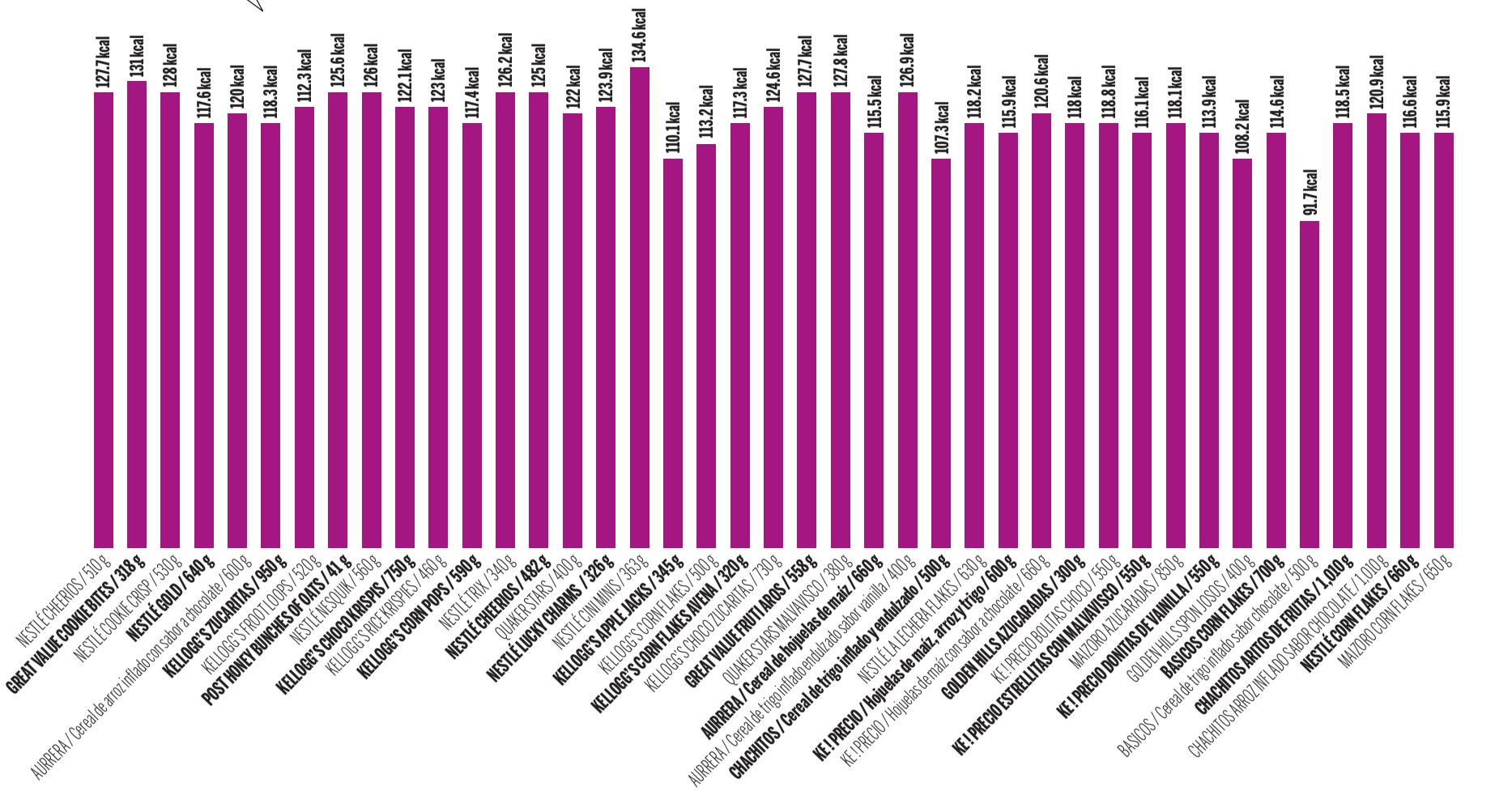
“¡Aguas con el azúcar!”



Tipos de azúcares en cereales para desayuno en porción de 30 g

LUCERO RODRÍGUEZ, directora de Estrategias y Desarrollo de Entornos Saludables de la Secretaría de Salud, advierte: ya sea sacarosa, fructosa, glucosa o maltosa, todas son azúcares simples, por lo que lo mejor es reducir o evitar su consumo.

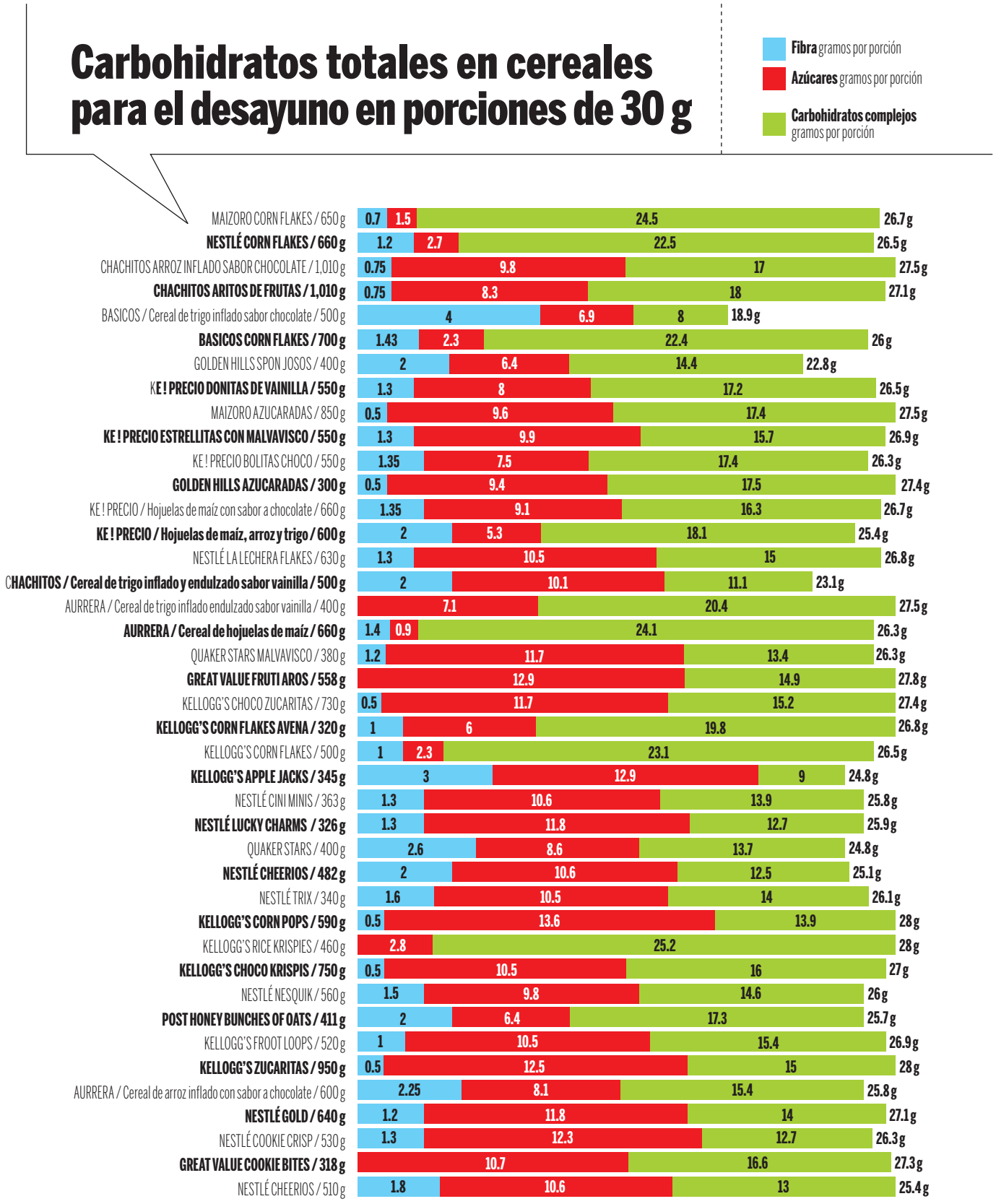
Aporte calórico por porciones de 30 g



Cajas de energía

AUNQUE NO EXISTEN diferencias marcadas en el aporte calórico que proporcionan cada una de las marcas, en el caso de los cereales industrializados lo ideal siempre será elegir aquella que nos ofrezca menos cantidad de kilocalorías.

Carbohidratos totales en cereales para el desayuno en porciones de 30 g



Más fibra y menos azúcares

PARA APROVECHAR al máximo esta gráfica, la recomendación es sencilla y corre por cuenta de Adriana Quintero, expresidenta de la Asociación Mexicana de Nutriología: "Busca un cereal con más carbohidratos complejos y menos azúcares". Y entre más fibra, mejor.

LO QUE ENCONTRAMOS

Hojuela por hojuela, ¿cómo elegir el mejor cereal?

Los cereales, los originales, son semillas de plantas con un alto valor nutricional. Por su parte, los cereales industrializados, esos que encontramos en la tienda, atraviesan por procesos que les hacen perder muchas de sus cualidades nutritivas, que después buscan compensar al adicionar vitaminas y minerales. Pero no es lo único que los fabricantes de cereales agregan a sus productos. Actualmente en el mundo de los cereales podemos encontrar una variedad casi inabarcable de ingredientes añadidos: miel, azúcar, sabor chocolate, sabor a almendras, vainilla, frutas secas, figuras de malvavisco, etcétera. Elementos que pueden convertir al arroz inflado más inofensivo y mejor intencionado en una fuente importante de azúcar. Pero vayamos hojuela por hojuela.

Un punto clave: los carbohidratos

Los carbohidratos son el nutriente mayoritario en todos los cereales analizados, lo que es normal, ya que el cereal en sí es un carbohidrato complejo. Te explicamos. De acuerdo con la vocera de la Asociación Mexicana de Nutriología, Adriana Quintero, el punto que hace la diferencia a la hora de elegir un cereal es la naturaleza de los hidratos de carbono, estos pueden ser: azúcares simples, como la glucosa, fructosa y sacarosa, que proporcionan energía de rápida absorción; carbohidratos complejos, como el almidón, de los que también se obtiene energía pero a través de un proceso más lento y la fibra que representa carbohidratos que no pueden ser digeridos por nuestro organismo.

"Buscaríamos un cereal que, de los carbohidratos que aporte, la mayoría sean carbohidratos complejos y no azúcares, ya que la recomendación para los niños y para toda nuestra población es evitar o reducir el consumo de azúcares simples", aconseja Quintero. Para esto, la gráfica que pudiste ver en la página 40 te será muy útil. Así entonces, la fórmula adecuada sería menos azúcares y más fibra, ya que los carbohidratos complejos son inherentes a los cereales.

¡Azúcar!

Aquí no hay más: entre menos azúcar mejor. Los gramos de azúcares añadidos que encontramos en cada una de las marcas varían mucho, ya que algunas emplean mayor cantidad de azúcares para conseguir un sabor más dulce que conquiste a los pequeños. El ejemplo más evidente es el cereal Kellogg's Corn Pops (maíz inflado y endulzado) que contiene 13.6 g de azúcares en 30 g de producto, es decir, estuvo cerca de que el azúcar representara la mitad del producto. Pero en general, en una buena cantidad de los cereales que analizamos, el azúcar representa más de un tercio de su peso.

Sí, suena a que es demasiado azúcar. Y lo es.

De acuerdo con Leticia Huerta, nutrióloga colaboradora y asesora de la **Revista del Consumidor,** el consumo normal de azúcar para un niño entre dos y cinco años es de 10 g de azúcar por día, y en un niño de diez años el requerimiento normal de azúcar al día es de 20 g como máximo. De acuerdo con la cantidad de azúcar que encontramos en cada uno de los productos, la

LOS QUE INCUMPLEN

• **TIENEN MÁS SODIO** del que declaran: **Great Value Cookie Bites** (cereal de maíz y avena con sabores naturales a chocolate) y **Aurrera** (cereal de trigo inflado endulzado sabor vainilla).

• **TIENEN MÁS GRASA** de la que declaran: **Aurrera** (cereal de arroz inflado con sabor a chocolate, cereal de arroz inflado y maíz con sabor a chocolate) y **Great Value**

ADICIONADOS CON 8 VITAMINAS Y MINERALES, Y HIERRO, Y...

• **LOS CEREALES QUE** analizamos contienen vitaminas (B, C, E o D) y minerales como hierro, calcio, zinc y/o magnesio. Todos cumplen con lo que dicen contener en su etiqueta. Lo que no es un gran noticia. La maestra Adriana Quintero explica: "Consumir cereales adicionados nos dará un beneficio agregado, pero no debemos asumir que gracias a ellos obtendremos todas las vitaminas y minerales que necesitamos, estos los conseguiremos con una dieta adecuada y variada".

mayoría de lo marcas cubrirían todas las necesidades de azúcar de un niño de cinco años con una sola porción de cereal en el desayuno, es decir, el pequeño tendría que dejar de comer cualquier otro alimento que le proporcionara azúcar en el resto del día.

Entre menos azúcar y más fibra proporcione un cereal, este será en general mejor para la salud de un niño.

La Agencia de Normas Alimentarias (Food Standards Agency) del Reino Unido, establece que 3.75 g de azúcar añadida representa un nivel alto en 30 g de alimento. Solo cinco de los cereales que analizamos están por debajo de ese límite. Pero si hablamos de nuestro país y de lo que podemos encontrar en el mercado de cereales, la sugerencia de Adriana Quintero sería que "entre los productos analizados, las opciones que contienen menos de 6 g de azúcares serían las convenientes".

Buena forma de empezar el día

Entre más fibra proporcione un cereal es mejor, ya que nuestra población en general consume menos fibra de la recomendable y el consumo de esta se relaciona con la salud digestiva, la prevención de diversas enfermedades y generalmente un menor aporte calórico en el producto. Las proteínas es otro de los nutrientes que debe interesarnos obtener; sin embargo, el contenido de proteínas por cada porción de 30 g que encontramos en todas las marcas es bajo. "Es muy poca la proteína que aportan los cereales por sí mismos, a menos que agreguemos leche", advierte Lucero Rodríguez. La mejor forma de comer cereal es acompañarlo de leche (de preferencia descremada o semidescremada para que no aporte grasa) y fruta, ya que así combinaríamos los tres grupos de alimentos del Plato del Bien Comer.

Y es que los cereales pueden ser una buena manera de empezar el día... pero no todos los días. 37% de los niños de tres a 12 años, de acuerdo con las personas que consultamos, consumen cereales todos los días. Algo nada recomendable. Para la directora de estrategias y desarrollo de entornos saludables de la Secretaría de Salud, Lucero Rodríguez, la frecuencia de consumo ideal de los cereales industrializados es muy difícil de determinar porque depende mucho de las características de cada individuo, pero aventura que "una o dos veces por semana, sería una buena alternativa".

Los cereales de caja pueden ser una buena alternativa de desayuno para tus hijos, siempre y cuando elijas el mejor: aquel que contenga menos azúcar, más fibra, más proteína, que se consuma con moderación y que se combine correctamente. Lucero Rodríguez resume el tema de forma muy directa: "Deberíamos ser mucho más críticos. En ese afán de vender, la información no es muy clara y debemos tomarla con reserva. Revisar la información que aparece en la etiqueta nutrimental de los cereales es lo que nos permitirá hacer una mejor elección".

CON SU ETIQUETA

Fruti Aros (cereal de maíz, avena y trigo con sabores naturales a fruta).

• **UNA MUESTRA NO** cumplió con el contenido neto declarado: **Golden Hills Spon Josos** (cereal de trigo inflado con trozos de manzana endulzados y con sabor a manzana) y **Básicos** (cereal de trigo inflado sabor chocolate, trigo inflado sabor chocolate y endulzado).

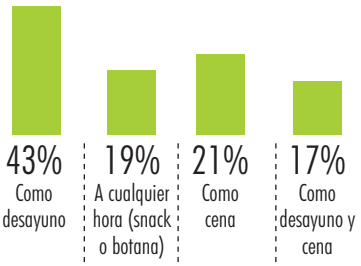
NUESTRO GUSTO POR LOS CEREALES

¿Quién elige el cereal en casa, los niños o los padres? ¿Cuáles son las marcas favoritas? Del 31 de enero al 3 de febrero, preguntamos a 300 personas (que viven con niños de 3 a 12 años que consumen cereales) sobre sus hábitos de compra de este producto. He aquí sus respuestas.

¿Con qué frecuencia los niños de 3 a 12 años consumen cereales?

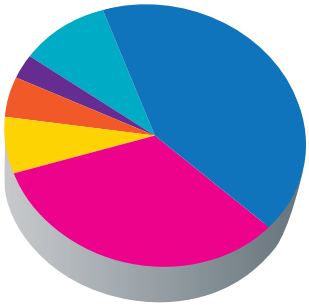
37%	50%	9%	3%	1%
Diario	De 2 a 3 veces por semana	Cada semana	Cada mes	Nunca

La mayoría de veces, ¿los niños consumen estos cereales...?



43%	19%	21%	17%
Como desayuno	A cualquier hora (snack o botana)	Como cena	Como desayuno y cena

¿Cuál es la razón principal por la que compras cereales a los niños?

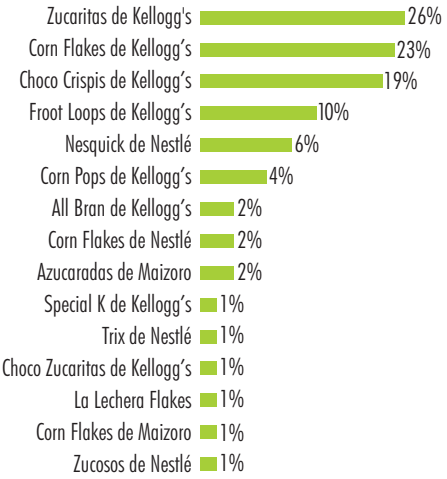


- 42% Los niños lo piden (les gusta)
- 33% Por sus propiedades alimenticias (son nutritivos)
- 7% Para que desayunen los niños
- 5% Para darle variedad al desayuno
- 3% Por costumbre
- 10% Es práctico (fácil preparación)

¿Por qué compras una marca específica de cereal? (por número de menciones)

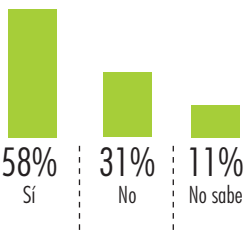
Es la que les gusta a los niños	62%
Por costumbre	8%
Por su precio	7%
Por la calidad del producto	7%
Es de las más conocidas	6%
No contiene azúcar	3%
Por su publicidad	3%
Contiene fibra	2%
Está adicionado, fortificado, etc.	2%

La mayoría de veces, ¿qué cereal compras para el consumo de los niños? (por número de menciones)



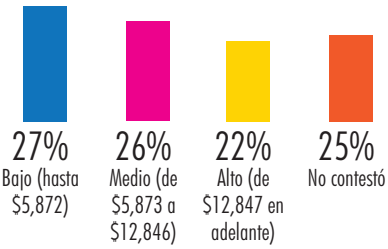
Zucaritas de Kellogg's	26%
Corn Flakes de Kellogg's	23%
Choco Crispis de Kellogg's	19%
Froot Loops de Kellogg's	10%
Nesquick de Nestlé	6%
Corn Pops de Kellogg's	4%
All Bran de Kellogg's	2%
Corn Flakes de Nestlé	2%
Azucaradas de Maizoro	2%
Special K de Kellogg's	1%
Trix de Nestlé	1%
Choco Zucaritas de Kellogg's	1%
La Lechera Flakes	1%
Corn Flakes de Maizoro	1%
Zucosos de Nestlé	1%

¿Consideras que sea cierto lo que se dice en las leyendas de los empaques de algunos cereales o en su publicidad?



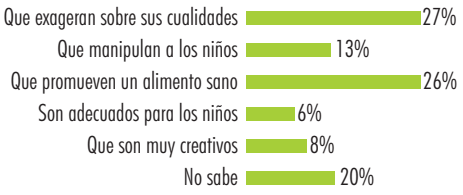
58%	31%	11%
Sí	No	No sabe

Ingreso mensual familiar



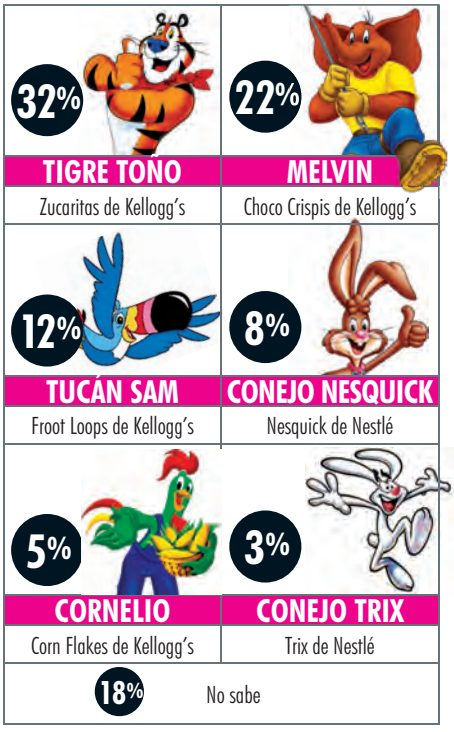
27%	26%	22%	25%
Bajo (hasta $5,872)	Medio (de $5,873 a $12,846)	Alto (de $12,847 en adelante)	No contestó

¿Qué opinas de los comerciales que anuncian cereales para niños?



Que exageran sobre sus cualidades	27%
Que manipulan a los niños	13%
Que promueven un alimento sano	26%
Son adecuados para los niños	6%
Que son muy creativos	8%
No sabe	20%

¿Cuáles son los personajes de los cereales que más les llaman la atención a los niños?



32% TIGRE TONO	22% MELVIN
Zucaritas de Kellogg's	Choco Crispis de Kellogg's
12% TUCÁN SAM	8% CONEJO NESQUICK
Froot Loops de Kellogg's	Nesquick de Nestlé
5% CORNELIO	3% CONEJO TRIX
Corn Flakes de Kellogg's	Trix de Nestlé
18% No sabe	

La publicidad de los **cereales infantiles**

HOJUELAS DE DISEÑO COMESTIBLE

Nos movemos hacia el epicentro del debate sobre la relación entre los cereales y el desequilibrio nutrimental de la niñez: la publicidad. ¿De dónde viene el poder de sus mensajes?

Por Rafael Muñoz Saldaña

En la lucha por detener la obesidad en México, la situación de los niños es un tema de especial preocupación. En 2010 el *Boletín de Práctica Médica Efectiva* del Instituto Nacional de Salud Pública informó que en el marco generalizado del incremento de la obesidad, los niveles más acelerados se presentan en la población de entre cinco y 11 años: de 1997 a 2006 la cifra había crecido 39.7%. La Secretaría de Salud reveló, en febrero de 2010, que el país ocupa el primer lugar mundial en obesidad infantil y, de acuerdo con el titular del despacho, José Ángel Córdova, ello podría restar siete años a la esperanza de vida. Ese diagnóstico ha dado lugar a acciones sanitarias encaminadas a promover la actividad física y disminuir el consumo de alimentos ricos en grasas y carbohidratos.

En esta estrategia, el control publicitario desempeña un papel fundamental. En su número 52, la revista de la Federación Internacional de Diabetes, *Diabetes Voice,* publicó el artículo "Obesidad infantil: el precio inaceptable del éxito publicitario" de Kaye Mehta, fundadora de la Coalición sobre Publicidad de Alimentos dirigida a Niños, un influyente organismo australiano. En él informa que, según el Grupo de Trabajo Internacional sobre la Obesidad, en el mundo hay 45 millones de niños obesos. Los alimentos y bebidas dañinos "se publicitan en todo el mundo mediante tácticas cada vez más eficaces y sofisticadas". Esta publicidad ha sido un asunto muy controversial. ¿Qué tanto? Mehta considera que si la Convención de la ONU sobre los Derechos de los Niños (1989) prohíbe cualquier clase de explotación contra estos, debería impedir la exposición a la publicidad sin escrúpulos que promueve un "entorno obesógeno".

El caso de los cereales

Los cereales procesados como alimentos sencillos de servir y presuntamente nutritivos forman parte importante de la discusión. Un estudio del Centro Rudd para la Política Alimentaria y la Obesidad de la Universidad de Yale encontró que los cereales publicitados para el público infantil contienen grandes cantidades de azúcar, sodio y menos fibra de lo esperado, según lo dio a conocer un artículo publicado en el *Chicago Tribune* el 20 de enero de 2010. Afirma que se promocionan como una "manera saludable de iniciar el día" y sus empaques refieren dudosas afirmaciones sobre los beneficios que proporciona a la salud.

El artículo, realizado por Julie Deardoff, sostiene que en los supermercados la zona de anaqueles de los cereales "se convierte en el epicentro del debate sobre la publicidad de alimentos para niños". Una cifra refuerza esta idea: en 2008 las compañías productoras de cereales en Estados Unidos gastaron 156 millones de dólares en publicidad, inversión mayor a la destinada a cualquier otra categoría de alimentos empacados.

Jeniffer Harris, responsable del estudio en Yale, ha declarado que estos anuncios "solo promueven productos perjudiciales para la salud". La respuesta de la industria a las críticas y las regulaciones federales no ha sido eliminar la publicidad para los niños, sino modificar sus recetas con

supuestos beneficios como la fortificación con vitaminas. A partir de 2006 en Estados Unidos se han impuesto regulaciones para los anuncios de estos productos en la televisión. Sin embargo, el marketing emplea otras plataformas. Las esenciales son el diseño del empaque y la visibilidad (planeada de acuerdo con la estatura de los niños) en los autoservicios. Estos aspectos representan 29% del gasto publicitario de los grandes productores de cereales infantiles.

La rifa del tigre

En México, organismos como El Poder del Consumidor (EPC) han reportado que "los cereales más publicitados son los menos saludables", y dedican esfuerzos a denunciar la "publicidad engañosa". Una figura, el "Tigre Toño", asociado a la marca Zucaritas, ha sido el gran objetivo de las campañas; hecho nada casual, pues se trata de un peso pesado de la publicidad.

Originario de Estados Unidos, *Tony the Tiger* nació en 1952 en las manos del dibujante Eugene Kolkey, director de arte de la agencia Leo Burnett. En 1958 ya figuraba en las cajas de cereales y su diseño se fue transformando con el paso del tiempo. Quien ahora aparece en los empaques no es él, sino su hijo, Tony Jr., un musculoso entusiasta de los deportes.

Aunque el Tigre es apenas uno de los personajes nacidos en el complejo mundo de la publicidad de los cereales insertada en el imaginario de nuestro tiempo, es el más elocuente. Una de sus plataformas más complejas son los empaques, de excepcional importancia por su amplia superficie (en promedio 30 por 40 cm) que da gran visibilidad a su anverso y reverso. Los empaques surgieron al mismo tiempo que los cereales industrializados, cuando Will Keith Kellogg fundó, en 1906, la Battle Creek Toasted Corn Flake Company, como consecuencia de sus investigaciones sanitarias. Otra pionera fue la compañía Post, también ubicada en Battle Creek, Michigan.

En un siglo los diseños de los empaques se modificaron, aunque de acuerdo con Mona Doyle, autora del ensayo "Cereal Boxes Spur Consumer Frustration", hasta la fecha presentan los mismos problemas operativos: son difíciles de manejar, una vez abiertos resulta trabajoso cerrarlos y están llenos de aire. El último punto señalado por Doyle resulta clave para nosotros: "El diseño gráfico de los empaques de cereales azucarados hace imposible que los niños se resistan a ellos".

¿Cuáles son los elementos de ese diseño? La larga presencia de los productos en el mercado permite trazar su evolución y descubrir las líneas que lo guían. Tomemos de nuevo, como caso ejemplo al Tigre Toño de las Zucaritas o Kellogg's Frosted Flakes. En las primeras versiones, contra un fondo blanco destacaba su rostro de expresión aniñada, adornado con un pañuelo vaquero. La tipografía de la caja seguía una sencilla línea horizontal y tenía letras rectas, de fácil lectura. El siguiente gran paso fue dar al empaque un llamativo color azul, asociado con los niños varones y la masculinidad. La tipografía se mantenía igual y la cara del tigre tampoco había cambiado, pero ahora él mismo aparecía consumiendo cereal, en un decidido giro fantástico, pues los tigres son carnívoros.

Un falso ideal deportivo

El gran salto ocurrió entre 1970 y 1980; el Tigre se rediseñó y comenzó a representarse de cuerpo entero, o al menos de la cintura para arriba. Aparece parado de patas erguido (en las versiones anteriores se respetaba su naturaleza cuadrúpeda). Es musculoso, tiene las espaldas y los hombros anchos y el torso en forma de "V", elementos asociados a la actual idea de la belleza masculina, el cuerpo atlético resultante del ejercicio.

El tigre presenta actitudes de victoria deportiva y se proyecta desde la caja en escorzo. La tipografía adquirió el dinamismo que tiene hasta la fecha. Las letras ya no tienen una misión solo informativa; se distorsionan, adquieren sombras y perspectiva y la "Z" inicial de Zucaritas cobra forma de relámpago, asociado a la energía eléctrica. Otra característica interesante es la inclusión de la onomatopeya "grrr" con la que se representa el rugido. En Estados Unidos, por la flexibilidad del inglés, las onomatopeyas son parte fundamental de la publicidad y el *branding* de los cereales. Muchos nombres incluyen la palabra "pop", onomatopeya del sonido que hacen los granos de cereales al reventarse, representada, curiosamente, con elementos del *pop art*.

No resulta rara, con estos antecedentes, la asociación del Tigre con el deporte y la inclusión en el empaque de tarjetas coleccionables, fotografías de deportistas o información sobre eventos de ese tipo. Es importante destacar, asimismo, la incorporación de elementos culturalmente significativos para la niñez en las distintas épocas, como las imágenes del binomio Hannah-Barbera, fotografías de Neil

"El diseño gráfico de los empaques de cereales hace que sea imposible que los niños se resistan a ellos."

Armstrong en la época de la carrera espacial, o información sobre el juego *Guitar Hero*. La caja ha sido una plataforma ideal para vincular a los pequeños consumidores con un "espíritu de la era" y con sus temas de interés que forman un *continuum* posibilitado por el sistema de licencias. El niño desea el cereal porque en la caja aparecen sus figuras favoritas de la televisión y ve la televisión porque en ella "salen" los personajes del cereal.

Los rasgos esenciales

En el caso Zucaritas están representados muchos de los elementos comunes en los empaques de los cereales: criaturas

deformadas, tipografías llamativas, colores contundentes, abigarramiento formal y asociación con elementos culturales ajenos al producto en sí, que reflejan los cambiantes patrones del momento. Un buen ejemplo es el vaquero antes asociado a los Corn Pops. En el anverso de un empaque producido en la década de 1950 se incluyó el modelo recortable de una pistola como las usadas en el Viejo Oeste. Hoy día eso no diría nada a los niños y el vaquero ya desapareció de las cajas.

Aparte de esos principios, cada caso tiene particularidades. Uno de los más curiosos es el cereal Froot Loops, cuya mascota es un colorido tucán. El diseño del empaque se extiende al producto que contiene: el niño encuentra rosquillas de llamativas tonalidades que brillan cuando la leche se derrama sobre ellas. Aquí se abre una interesante línea de indagación: los cereales para el público infantil no son solo creación de ingenieros en alimentos, sino de diseñadores gráficos e industriales que modelan objetos comestibles con formas caprichosas como panales y waffles: la extraordinaria idea de hacer diseño comestible.

En cuestión de empaque, Kellogg's ha dado la pauta visual. Las otras marcas de mayor difusión en México (desde Maizoro hasta Nestlé) ofrecen diseños muy semejantes. Hay en su lectura una escasa diferenciación y algunos son meras copias: las Azucaradas de la marca Maizoro y los Zucosos de Nestlé usan el inconfundible azul Zucaritas.

Al ver las marcas en conjunto destaca un elemento fundamental: casi todas presentan animales caricaturizados. ¿Por qué se rehúye lo humano? ¿Por qué se deforma a los animales hasta convertirlos en seres grotescos que darían más miedo que confianza, como el conejo de Nesquik que se relame el hocico cuando está a punto de ingerir una cucharada? En todo ello hay una apelación al imaginario infantil y una ruptura intencional con el principio de realidad incitado por su edad. Otro tema para futuras indagaciones es el género: la publicidad de los cereales tiene un sesgo masculino. Es probable que en ello se refuerce un estereotipo cultural (más o menos comprobado por la ciencia), según el cual el hombre tiene mayores requerimientos energéticos que la mujer.

Comunicación con silbidos

La plataforma publicitaria más relevante, después del empaque y la exhibición en punto de venta, es la televisión. Una revisión de los anuncios de Zucaritas en diversas épocas revela su asociación con el deporte, como si fomentando la actividad física la marca pagara la culpa que se le achaca. Esta tendencia es común en los productos relacionados con el síndrome metabólico, como las bebidas carbonatadas.

Otros pagan esa culpa mencionando el aporte vitamínico de sus productos fortificados, estrategia cuestionada pues, como en esta revista hemos mencionado varias veces, cuando la dieta es saludable los suplementos son innecesarios. Un anuncio del cereal Nesquik de Nestlé presenta diversos rostros infantiles sucios de chocolate con intertítulos que informan "ojitos de vitamina B, boquita de calcio, carita de fósforo, lengua de chocolate: sonrisa Nesquik". Los niños participantes exponen grotescamente su musculatura lingual y sus rostros, como el del conejo, dan señales de extravío. En el segundo tiempo se menciona la conveniencia de combinar el producto con leche y se informa a los padres que con eso y la compañía de la madre los niños tienen todo para ser felices. El mensaje, sin duda, es una fantasía de felicidad.

En los anuncios dirigidos a los niños, los creativos recurren a la figura del conejo hiperactivo que corre por la cocina, se retuerce las orejas y engancha al niño con la promesa de una aventura. En uno de ellos la caja de cereal se ha perdido y el conejo da comienzo a la búsqueda. Una voz en *off* anuncia que para hallarlo los niños deben buscar las bases en la caja de cereal, incitación a la compra y muestra de cómo estos fabricantes venden un entretenimiento o un estado de ánimo: el cereal como experiencia comestible. El producto en sí parece una materia secundaria con respecto a la diversión y el juego. Otro elemento a distinguir es la recomendación sanitaria insertada en la posición de un subtítulo: "aliméntate sanamente", "consume frutas y verduras" etcétera. ¿Algo así como: "haz todo lo contrario a lo que te proponemos en este anuncio"?

Indispensable mencionar un par de anuncios producidos para el relanzamiento de Maizoro, el "cereal de México", en 2009: "Encantados" y "Chiflido". Ambos plantean situaciones de interés para el análisis. En el primero el niño protagonista hace una serie de preguntas a su madre sobre "ese cerealote" y sus características. Por respuesta recibe silbidos. Y cuando la señora toma la palabra, el chico solo le silba. En "Encantados", un grupo de luchadores semidesnudos ingresan a un hogar y comen cereal. En la mesa del desayuno los atletas con la madre y el niño.

Marketing digital

Existen sitios dedicados a las marcas, como zucaritas.com.mx o chocokrispis.com.mx, que se convierten en mundos de juego sin solución de continuidad con los que se encuentran en cajas y puntos de venta y refuerzan los mensajes de marca: "Es momento de mostrar garra y que estás listo para dejar huella con energía" (Zucaritas), expresa el consumo del cereal como medio mágico de empoderamiento; "Tú puedes unirte al comando Melvin y participar en la aventura que está por comenzar" (Chocokrispis), es la manifestación del cereal como escape al aburrimiento.

En la página de Zucaritas el cereal se menciona como fuente de energía para prácticas como futbol americano, voleibol, soccer y basquetbol y se ofrece la presentación en barra como una versión portátil. Se muestra la llamada "Haka" o especie de porra, danza y declamación ritual relacionada con el producto y la "reta" o desafío para realizar suertes con los balones. Se

incluye una plataforma de diseño gráfico para que el usuario elabore carteles y revistas mezclando su propia imagen con la marca. Estamos viendo la expresión del máximo anhelo de la mercadotecnia: que el consumidor y la marca se fusionen en una sola entidad. Hay música exclusiva, videos de entrenamiento y rutinas para mejorar el manejo del balón. El cereal se convierte así en un elemento inextricable del deporte. La idea de Chocokrispis es distinta; no está basada en el deporte, sino en un complicado juego de aventuras que busca reclutar consumidores leales.

El sitio de Nesquik también ofrece aventuras y un acervo informativo sobre el antiguo Egipto, donde el conejo representaba la fertilidad. Luego conduce a la parte netamente comercial en la que se presenta el producto y sus beneficios. El sitio de Maizoro, por su parte, es común para niños y adultos. Dentro de este se incluye la "página de la diversión", donde se explica a los menores los principios básicos de nutrición y en segundo plano se les invita a divertirse con juegos digitales.

La revisión de estos sitios de internet pone de manifiesto que poder, placer y aventura son los mensajes involucrados en la promoción de los cereales infantiles que apelan, finalmente, a los idénticos deseos que los adultos pretenden satisfacer con bebidas, autos y relojes. El consumidor niño como adulto deseante en potencia; el consumidor adulto como niño eterno.

El papel de los padres

El propósito de toda empresa es obtener ganancias derivadas de la venta de sus productos y el medio de incrementarla es la promoción publicitaria. La misión conjunta de la sociedad civil y las autoridades es controlar la calidad y publicidad para evitar perjuicios al consumidor. Así es como se libra la guerra actual. Esta ecuación parece razonable pero queremos destacar que hace omisión de un personaje central: el individuo que consume. En el caso peculiar de los cereales, el responsable principal no es el niño (sin poder adquisitivo ni conocimientos), sino los padres que toman la decisión de compra y ponen a su disposición estos productos. Son ellos quienes deben apropiarse de su papel como autoridad y fuente de conocimiento en el hogar. Parte de esa misión consiste en analizar, discriminar y regular los productos que usan sus hijos.

En otras palabras: el adulto responsable de un menor debe saber qué le está dando de comer, pero también debe formar en él un criterio de futuro consumidor. Este criterio se establece por medio del acopio de información, el diálogo y la explicación razonada de los fenómenos que pueden poner en riesgo su bienestar. Volvamos al anuncio de Maizoro: si la capacidad de respuesta de un adulto se reduce a un silbido, silbidos escuchará de sus hijos, no solo en algo tan sencillo como la preferencia por un cereal, sino en asuntos de gravedad mayor.

Bajo este punto de vista, la regulación de la publicidad se convierte así en un paso secundario (aunque muy valioso) de control de lo que en realidad tiene que comenzar por casa como un proceso educativo constante, afectuoso y sin fundamentalismos: comer un plato de cereal de vez en cuando o dejarse seducir por un anuncio no son ni una culpa ni una sentencia si se tiene conciencia de lo que implica. Son prácticas tan extendidas porque apelan a la naturaleza humana.

Decía Darwin que el gusto que nos produce comer algo dulce es el recuerdo evolutivo del placer que tenían nuestros ancestros, los simios, al treparse a un árbol y devorar una fruta. Decía Freud que la fantasía es un mecanismo profiláctico del psiquismo. De lo que se trata, en última instancia, es de gestionar adecuadamente realidad, placer y fantasía y enseñar a los menores a que lo hagan.

EL CÓDIGO PABI

La autorregulación publicitaria en México ha cobrado importancia en los últimos años en el contexto de una nueva orientación empresarial global que da importancia a la responsabilidad social. Así, el 1 de enero de 2009 entró en vigor el Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas dirigida al Público Infantil (Código Pabi), para ayudar en el combate al sobrepeso y la obesidad infantil. Suscrito por 33 empresas que concentran 80% de las pautas publicitarias, el código se aplica bajo la supervisión del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar).

El código recomienda evitar el uso de elementos imperativos que "exijan" la compra a los niños, expresar en forma clara las ofertas, no enunciar falsos beneficios de los productos, impulsar estilos de vida saludables, prevenir el sobreconsumo, descartar elementos de agresión o discriminación; emplear un lenguaje comprensible, no utilizar el formato de los publirreportajes y no inducir a equívocos sobre las características de los artículos.

Frente al mundo real

El principal desafío del Código Pabi ha sido su aplicación práctica. Durante 2009 y 2010 se difundieron comerciales que ya no están al aire, pero que implicaron trasgresiones a lo dispuesto por el código. ¿En qué forma? Analicemos algunos casos de publicidad de cereales dirigida a niños.

El artículo 21 del Código Pabi establece que la publicidad no debe utilizar frases o estímulos imperativos para persuadir sobre el consumo, como lo hizo Kellogg's al promocionar sus cereales en versión "Econopack": *"Búscalo* solo en la tiendita de tu esquina" y "Rinde hasta 4 porciones a solo unos pesitos". Otro caso es un comercial del cereal Cookie Crisp, de Nestlé. Al emplear la frase "Usaré mi nuevo invento para atraer todo el exquisito Cookie Crisp", violó el artículo 15 que prohíbe incitar al sobreconsumo. Las imágenes del comercial muestran una excesiva cantidad de cereal que puede provocar un deseo de consumir porciones excedidas del alimento.

El cereal Choco Krispis, de Kellogg's, se promocionó en un comercial de TV que incluía la frase "¿Ahora quién nos ayudará a ser *grandes y fuertes*?" Esta frase viola el artículo 25, que establece que la publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas no debe engañar a los niños sobre los beneficios de su ingesta. El comercial puede confundirlos y hacerlos deducir que solo por consumir el cereal obtendrán crecimiento y fuerza.

La experiencia internacional

La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda a los gobiernos establecer políticas públicas que reduzcan el vigor de la publicidad asociado al uso de dos poderosas técnicas de mercadotecnia: la presentación de personajes populares entre los niños (reales o ficticios, incluso mascotas), y promociones coleccionables u obsequios. También propone reducir la propia exposición a la publicidad.

Entre los códigos que han seguido políticas para regular la publicidad dirigida a niños en otros países, mencionaremos, por cercanía cultural, el Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos Dirigida a Menores, Prevención de la Obesidad y Salud (Código Paos), publicado en España en 2005. Tiene diferencias de enfoque con nuestro Código Pabi: su objetivo es *disminuir* la prevalencia de obesidad y sus consecuencias, tanto en el ámbito de la salud pública como en sus repercusiones sociales; por su parte, el Código Pabi se concibe como una herramienta para el fomento de una alimentación correcta y la práctica habitual de actividad física, *contribuyendo* a la prevención del sobrepeso y la obesidad.

Otros contrastes: el Código Pabi acepta la inclusión de personajes o presentadores del "universo infantil", siempre y cuando se distinga la publicidad del contenido de la programación. En cambio, el Paos prohíbe completamente el uso de estos personajes en la publicidad dirigida a niños. También pretende evitar la explotación de la confianza de los menores en figuras como padres, profesores o personajes (reales o ficticios) de programas, películas o series, pues considera que su uso en comerciales puede influenciar o impulsar al niño a la compra de un producto no por sus características, sino por el testimonio del personaje que admira.

Tanto el código español como el mexicano establecen que las promociones, premios u ofertas deben expresarse clara y fácilmente para que los niños las entiendan. El Código Paos agrega que las promociones deben evitar inducir a error sobre las posibilidades de resultar premiado y que la publicidad debe mostrar claramente al producto, además de la promoción.

Estas consideraciones sirven para contrastar la experiencia mexicana con la de otros países, y también con lo recomendado por la OMS. Más ejemplos: en la legislación de Quebec, Canadá, la publicidad dirigida a menores está totalmente prohibida. En Suecia, la publicidad transmitida durante un programa de TV no puede estar dirigida para atraer la atención de menores de 12 años, aun cuando sea un programa infantil, mientras que la publicidad en internet no debe tener formato de entretenimiento. En el Reino Unido, si se trata de promociones, se obliga a dar prioridad al producto por sí mismo y mostrar el premio como algo adicional.

La labor de Profeco

Del 16 de enero al 21 de febrero de 2011, en **Profeco** realizamos monitoreos de la publicidad de cereales dirigida a niños en internet y TV. La finalidad: determinar si este tipo de publicidad se apega a la Ley Federal de Protección al Consumidor y al Código Pabi, en nuestra opinión. Al mismo tiempo hicimos un ejercicio de contraste de la publicidad respecto de prácticas autorreguladas en el extranjero, tomando como referencia al Código Paos; esto es, buscamos contestar a la pregunta ¿qué pasaría con la publicidad que vemos en México si tuvieran que cumplir con lineamientos previstos en otro país?

Los resultados son interesantes. A través del monitoreo en televisión de 19 cereales localizamos nueve comerciales, de los cuales en cinco identificamos frases sujetas a comprobación. En internet, identificamos este tipo de frases en las páginas de siete productos. Por eso, requerimos a los anunciantes que acrediten la veracidad de la publicidad; de lo contrario, la violación a la ley puede acarrearles la imposición de multas en torno a un millón 200 mil pesos o más. Daremos aquí más detalles sobre los resultados del análisis en cuanto los procesos lleguen a una conclusión.

Además, hemos solicitado a Conar el análisis de seis comerciales de TV que pueden violar, creemos, el Código Pabi, por usar imperativos para persuadir sobre el consumo del cereal, incitar al sobreconsumo o no mostrar claramente el papel de los cereales en el contexto de una dieta diaria, entre otros.

En el ejercicio de contraste con otras experiencias de autorregulación, encontramos que los nueve comerciales de TV localizados usan personajes reales o ficticios. Es decir, incumplirían el Código Paos.

Por otro lado, descubrimos que la publicidad, sobre todo la difundida en internet, usa frases con contenido nutricional; por ejemplo: "de maíz integral", "fortificado con vitaminas y minerales", entre otras. Esto nos permite deducir que no solo está dirigida a niños, sino también a sus padres, interesados en comprar alimentos sanos para ellos.

Si bien el Código Pabi representa un avance significativo, **Profeco** se ha propuesto impulsar su modificación y actualización conforme a recomendaciones de la OMS y otros códigos que regulan este tipo de publicidad. Es necesario señalar que esta Procuraduría actúa de manera alterna a lo establecido por el código, ya que este es un acuerdo privado entre empresas y nunca ha sustituido a la regulación oficial; es decir, a nuestra Ley Federal de Protección al Consumidor.

El Laboratorio Profeco reporta: hornos de microondas

UN GADGET REINA EN LA COCINA

Esta clase de hornos dejaron hace tiempo de ser una curiosidad que adornaba los hogares ultramodernos. Hoy son necesarios y populares, y no solo porque preparan palomitas. Sus numerosas funciones te pueden facilitar la vida, pero antes necesitas saber cuál es el mejor.

Lo que fue durante años un emblema de la soltería como estilo de vida, y hoy ocupa un nicho privilegiado en la mayoría de nuestras cocinas, ha contenido alta tecnología impresionante desde el momento de la cuna. Se le considera un subproducto de las investigaciones relacionadas con la invención del radar. Sin embargo, el primer horno de microondas comercial, que salió a la venta a finales de la década de 1940, se alzaba a casi 1.60 m de altura y pesaba unos 80 kg. El desarrollo de la ingeniería ha permitido que la mayoría de los componentes se miniaturicen al tiempo que alcanzan desempeños muy altos. El horno actual brinda al consumidor cavidades útiles amplias en carcasas cada vez más pequeñas y atractivas.

Otro aspecto importante: numerosos modelos en el mercado ya tienen precios razonables para la mayor parte de los consumidores (aunque, admitámoslo, muy pocos saben sacarle todo el provecho posible). ¿Todos te parecen iguales y crees que sirven para lo mismo: preparar palomitas? Te sorprenderán las diferencias entre modelos y marcas que a continuación el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor revelará.

FICHA TÉCNICA

PERIODO DEL ESTUDIO
21 DE DICIEMBRE DE 2010 AL 3 DE FEBRERO DE 2011

MUESTREO
10 DE DICIEMBRE DE 2010 AL 2 DE FEBRERO DE 2011

MARCAS/MODELOS	PRUEBAS
9/24	648

LO QUE BUSCAMOS

Analizamos 24 modelos de nueve de las principales marcas de hornos de microondas de uso doméstico que se encuentran a la venta en el mercado nacional. Agrupamos los modelos en tres categorías de acuerdo con sus capacidades: los hornos recomendados para una familia de dos o tres miembros (1.1 a 1.2 pies cúbicos), para cuatro o cinco (1.3 a 1.4 pies cúbicos) y los de capacidades mayores, útiles cuando se requiere introducir recipientes grandes al horno. Los hornos se sometieron a 13 pruebas, y así agrupamos los resultados:

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR. Por inspección visual, verificamos que los hornos presentaran en forma clara e indeleble, en idioma español, la información requerida en la normativa nacional vigente: marca, modelo, contraseña para la fabricación, venta y uso NOM; nombre, denominación o razón social y domicilio del fabricante nacional o importador; leyenda que identifique al país de origen y las características nominales de alimentación eléctrica del producto. Todos los hornos presentan la información completa.

INSTRUCTIVOS Y GARANTÍAS. También verificamos que los hornos contaran con un instructivo compuesto de indicaciones claras y precisas para su uso normal, conservación y mejor aprovechamiento, así como advertencias para el manejo seguro. En cuanto a la garantía (si es que se ofrece), revisamos que estuviera redactada en los términos establecidos por la Ley Federal de Protección al Consumidor.

ACABADOS. Por inspección visual y prueba manual buscamos que los productos no presentaran aristas pronunciadas, bordes filosos o punzocortantes; que tuvieran un correcto ensamble; que no presentaran cambios de color en los materiales ni sobrantes o faltantes de material. Ninguna muestra presentó malos acabados.

DIMENSIONES. Verificamos que la capacidad de la cavidad interior del producto y las medidas exteriores concordaran con lo señalado por su fabricante. También determinamos el espacio útil (en el que caben los alimentos) de los hornos.

CONSUMO ELÉCTRICO. Determinamos si el consumo real del producto al ser operado y alimentado de forma normal es igual al declarado en la etiqueta.

CAPACIDAD DE DESCONGELACIÓN. Evaluamos la capacidad de cada horno para descongelar alimentos, que es una de las funciones principales que ofrecen estos equipos. ¿Cómo? Medimos el porcentaje de un bloque de hielo que el horno de microondas es capaz de descongelar en un tiempo dado.

VELOCIDAD DE CALENTAMIENTO. Medimos el tiempo que tarda cada horno en incrementar la temperatura del alimento.

SEGURIDAD. Agrupamos las pruebas de calentamiento, seguridad eléctrica, hermetismo (fuga de microondas) y desconexión automática al abrir la puerta. Ninguna de las muestras analizadas presentó problemas.

EFICIENCIA. Evaluamos la capacidad de los hornos de convertir la energía eléctrica que consumen en energía calorífica, lo que permite incrementar la temperatura de los alimentos. A partir de los valores de la velocidad de calentamiento y del consumo de energía requerida durante el proceso, determinamos qué equipos proporcionan el más alto poder de calentamiento al más bajo costo.

HORNOS DE MICROONDAS Capacidad de 1.1 a 1.2 pies^3

	PANASONIC NN-ST658WRUH (México)	PANASONIC NN-SD698SRTH (México)	SAMSUNG AMW9114ST/XAX (China)	PANASONIC NN-ST678SRUH (México)
Información al consumidor	Completa	Completa	Completa	Completa
Garantía	2 años	2 años	3 años	2 años
Acabados	E	E	E	E
Dimensiones: alto x ancho x largo, indicadas del aparato	30.1 x 40.4 x 51.8 cm	30.1 x 40.4 x 51.8 cm	29.7 x 39.5 x 51.8 cm	30.1 x 40.4 x 51.8 cm
Volumen indicado	1.2 pies^3	1.2 pies^3	1.1 pies^3	1.2 pies^3
Volumen útil = altura útil x diámetro útil	15.1 dm^3 = 18.8 cm x 32 cm	15.1 dm^3 = 18.7 cm x 32.2 cm	15.1 dm^3 = 20.3 cm x 30.8 cm	15.1 dm^3 = 18.8 cm x 32 cm
Consumo de energía	57.03 watts/hora	63.18 watts/hora	59.50 watts/hora	62.88 watts/hora
Consumo eléctrico: declarado / medido	1,480 / 1,749 watts	1,480 / 1,964 watts	1,600 / 1,818 watts	1,480 / 1,953 watts
Desviación de potencia	18%	33%	14%	32%
Capacidad de descongelación	MB	MB	B	MB
Velocidad de calentamiento	E	MB	E	E
Seguridad eléctrica	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple
Eficiencia	E	E	E	E
Características	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con manija y seguro con bloqueo para niños	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con manija y seguro con bloqueo para niños	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con botón y seguro con bloqueo para niños	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con botón y seguro con bloqueo para niños
EVALUACIÓN GLOBAL	MB	MB	MB	MB

	SAMSUNG AMW0113M/XAX (China)	LG MC1288TRC (China)	DAEWOO KOR-1N1HW (China)	EVERSTAR P100N30AP-M4 (China)	WHIRLPOOL WM1111D00 (China)	MABE XO1120MD (China)	DAEWOO KOC-1B4K (China)
	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
	3 años	1 año	2 años	1 año	1 año	1 año	2 años
	E	E	E	E	E	E	E
	29.7 x 38.6 x 51.8 cm	32.2 x 42.7 x 53 cm	30.4 x 37.5 x 51.5 cm	30 x 54 x 40.5 cm	30 x 42 x 53.9 cm	32 x 41 x 51 cm	34.4 x 54.3 x 56 cm
	1.1 pies^3	1.2 pies^3	1.1 pies^3	0.3 m^3	1.1 pies^3	1.1 pies^3	1.2 pies^3
	15.2 dm^3 = 20.2 cm x 31 cm	18.8 dm^3 = 20 cm x 34.6 cm	14.6 dm^3 = 20.1 cm x 30.4 cm	17.1 dm^3 = 19.7 cm x 33.2 cm	16.9 dm^3 = 19.8 cm x 33 cm	16.1 dm^3 = 19.1 cm x 32.8 cm	22.2 dm^3 = 22.3 cm x 35.6 cm
	60.98 watts/hora	51.74 watts/hora	53.11 watts/hora	53.89 watts/hora	49.25 watts/hora	53.90 watts/hora	61.40 watts/hora
	1,600 / 1,866 watts	1,400 / 1,579 watts	1,500 / 1,630 watts	1,450 / 1,643 watts	1,350 / 1,499 watts	1,800 / 1,653 watts	1,500 / 1,869 watts
	17%	13%	9%	13%	11%	-8%	25%
	B	E	B	MB	B	R	P
	E	B	MB	B	B	B	B
	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple
	MB	B	MB	B	MB	B	R
	Panel de control digital, apertura de puerta con botón y seguro con bloqueo para niños	Panel de control con perilla, panel de control con botones, plato de vidrio, apertura de puerta con manija, seguro con bloqueo para niños y parrilla del dorador	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con botón y seguro con bloqueo para niños	Panel de control digital, plato de vidrio y apertura de puerta con botón	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con manija y seguro con bloqueo para niños	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con botón y seguro con bloqueo para niños	Panel de control con perilla, panel de control con botones, plato de cerámica, apertura de puerta con manija, seguro con bloqueo para niños y parrilla del dorador
	MB	**B**	**B**	**B**	**B**	**R**	**R**

Simbología:E=Excelente MB=Muy bueno B=Bueno R=Regular

*Un litro es equivalente a un decímetro cúbico. 1l= 1 dm^3

HORNOS DE MICROONDAS

Capacidad de 1.3 a 1.4 pies^3

	LG MS-1446SQP (China)	LG MH1448AP (China)	WHIRLPOOL WM1114D00 (China)	FRIGIDAIRE FMDA14S4MJW (China)	SAMSUNG MR123C-S/XAX (China)	DAEWOO KOR-146HBF (China)
Información al consumidor	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
Garantía	1 año	1 año	1 año	1 año	3 años	2 años
Acabados	E	E	E	E	E	E
Dimensiones: alto x ancho x largo, indicadas del aparato	32 x 40.5 x 55.6 cm	32 x 43 x 56 cm	31.1 x 46.7 x 55.3 cm	31.4 x 42.1 x 51.9 cm	29.6 x 51.8 x 46.6 cm	31.8 x 42 x 56.3 cm
Volumen indicado	1.4 pies^3	1.4 pies^3	1.4 pies^3	1.4 pies^3	1.4 pies^3	1.4 pies^3
Volumen útil* = altura útil x diámetro útil	22.8 dm^3 = 22.7 cm x 35.8 cm	22.7 dm^3 = 22.8 cm x 35.6 cm	22.9 dm^3 = 20.8 cm x 37.4 cm	18.9 dm^3 = 21.3 cm x 33.6 cm	21.2 dm^3 = 19.3 cm x 37.4 cm	18.6 dm^3 = 21.5 cm x 33.2 cm
Consumo de energía	59.67 watts/hora	54.46 watts/hora	53.87 watts/hora	51.56 watts/hora	59.07 watts/hora	56.59 watts/hora
Consumo eléctrico: declarado / medido	1,650 / 1,825 watts	1,400 / 1,655 watts	1,450 / 1,651 watts	1,500 / 1,574 watts	1,550 / 1,809 watts	1,400 / 1,717 watts
Desviación de potencia	11%	18%	14%	5%	17%	23%
Capacidad de descongelación	E	E	MB	R	B	R
Velocidad de calentamiento	E	MB	MB	MB	MB	MB
Seguridad eléctrica	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple
Eficiencia (%)	E	MB	MB	E	B	MB
Características	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con botón y seguro con bloqueo para niños	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con manija y seguro con bloqueo para niños	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con manija y seguro con bloqueo para niños	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con botón y seguro con bloqueo para niños	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con manija y seguro con bloqueo para niños	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con botón y seguro con bloqueo para niños
EVALUACIÓN GLOBAL	MB	MB	MB	B	B	B

Los estudios de calidad e investigaciones realizados por **Profeco** pueden ser reproducidos por terceros siempre que lo sean en su totalidad y sin fines publicitarios o comerciales.

Capacidad de 1.5 a 1.8 pies^3

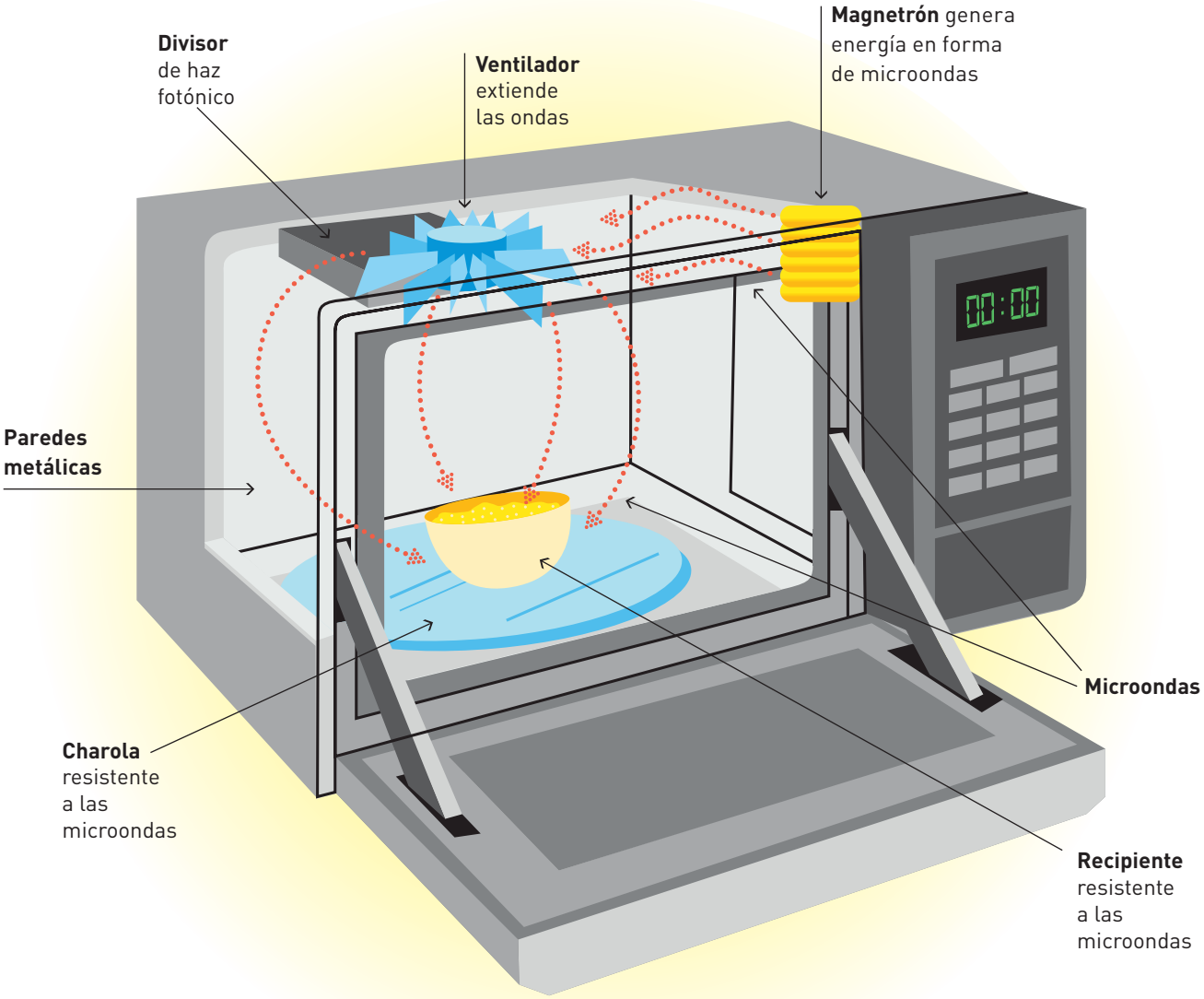
	MABE XO1410MD (China)	GE JES1384SFE (China)	PANASONIC NN-SD798SRUH (México)	GE JES1642SFE (China)	MABE IO16MDI (Corea)	DAEWOO KOR-178HS (China)	PANASONIC NN-CD989SRPH (Japón)
	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
	1 año	1 año	2 años	1 año	1 año	2 años	2 años
	E	E	E	E	E	E	E
	32 x 43 x 52 cm	32 x 44 x 56 cm	30.4 x 50.6 x 55.5 cm	39.9 x 48.6 x 58.9 cm	33.9 x 48.6 x 58.9 cm	33.9 x 46.1 x 58.9 cm	37.6 x 49.1 x 60.6 cm
	1.4 pies^3	1.3 pies^3	1.6 pies^3	1.6 pies^3	0.05 m^3	45.30 dm^3	No indica
	18.6 dm^3 = 21.2 cm x 33.4 cm	18.5 dm^3 = 21.4 cm x 33.2 cm	26.6 dm^3 = 19.2 cm x 42 cm	26.8 dm^3 = 23.6 cm x 38 cm	26.8 dm^3 = 23.6 cm x 38 cm	26.8 dm^3 = 23.4 cm x 38.2 cm	27.4 dm^3 = 23.9 cm x 38.2 cm
	51.50 watts/hora	54.41 watts/hora	63.44 watts/hora	55.76 watts/hora	55.61 watts/hora	55.23 watts/hora	60.57 watts/hora
	1,500 / 1,581 watts	1,400 / 1,656 watts	1,460 / 1,972 watts	1,600 / 1,706 watts	1,150 / 1,698 watts	1,400 / 1,680 watts	1,100 / 1,836 watts
	5%	18%	35%	7%	48%	20%	60%
	R	R	B	B	B	R	B
	B	B	E	MB	MB	B	B
	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple
	MB	MB	MB	MB	MB	B	R
	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con botón y seguro con bloqueo para niños	Panel de control con perilla, panel de control con botones, plato de vidrio, apertura de puerta con manija	Panel de control con perilla, panel de control con botones, plato de vidrio, apertura de puerta con botón y seguro con bloqueo para niños y parrilla del dorador	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con manija y seguro con bloqueo para niños	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con manija y seguro con bloqueo para niños	Panel de control digital, plato de vidrio, apertura de puerta con botón y seguro con bloqueo para niños	Panel de control con perilla, panel de control con botones, plato de cerámica, apertura de puerta con botón, seguro con bloqueo para niños y parrilla del dorador
	B	B	MB	B	B	R	R

Simbología: E=Excelente MB=Muy bueno B=Bueno R=Regular

*Un litro es equivalente a un decímetro cúbico. 1l= 1 dm^3

**No se encontró este modelo en el mercado. Es posible que esté agotado.

ASÍ FUNCIONAN LAS ONDAS



Las microondas son una forma de energía similar a las ondas de radio, televisión, la luz de día y la electricidad. Los hornos que las utilizan tienen una pieza (llamada magnetrón) que genera la energía en forma de microondas, capaz de ser absorbida por el agua, las grasas y los azúcares, y se convierte en movimiento atómico, lo que se traduce en calor. Las ondas penetran los alimentos hasta unos 2.5 cm, lo que permite que se cocine la parte externa del alimento; el resto se cocina por el calor generado en la cámara.

La cámara de cocción está forrada de paredes de metal que impiden el paso de las microondas al exterior. Sin embargo, estas ondas pueden penetrar vidrio, porcelana, plásticos y papel. Por eso puedes usar estos materiales para contener los alimentos a calentar (siempre y cuando los recipientes indiquen en su etiqueta que están diseñados para usarse en el microondas).

Incluso si está en funcionamiento, al abrirse la puerta de un horno se detiene su operación para evitar que el usuario quede expuesto a las ondas. Todos los fabricantes de estos productos hacen pruebas para detectar fugas de microondas durante su operación.

NORMATIVIDAD

NOM 024 SCFI-1998 Aparatos electrónicos de uso doméstico alimentados por diferentes fuentes de energía eléctrica. Requisitos de seguridad y métodos de prueba para la aprobación de tipo.

NOM 024 SCFI-1998 Información comercial, instructivos y garantías para los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos de fabricación nacional e importados.

LO QUE ENCONTRAMOS

BUSCA LA GARANTÍA. Las marcas y modelos de hornos de microondas analizados presentan garantías que van de uno a tres años. Siempre te convendrá verificar que el producto que elegiste ofrezca garantía y que te la entreguen sellada al momento de realizar tu compra. De otra forma, no te la harán válida en caso de que tengas un desperfecto.

CUESTIÓN DE ESPACIO. Las dimensiones útiles de la cavidad son un dato importante para saber qué recipientes para microondas necesitas. Si utilizas uno demasiado grande puedes afectar el desempeño del horno.

Dato importante a la hora de buscarle un lugar en la cocina: entre el horno de microondas y las paredes (u otro objeto) debe quedar un mínimo de 8 cm de espacio, y 20 cm con respecto al techo. Así permitirás que se ventile y no se sobrecaliente.

GASTOS EXCESIVOS. Los modelos **KOC-1B4K** y **KOR-146HBF** de **Daewoo** presentan consumos de energía superiores en más de 20% a lo declarado en su etiquetado. Los modelos **NN-ST678SRUH, NN-SD698SRTH** y **NN-SD798SRUH** de **Panasonic** presentan consumos superiores en más de 30% a lo declarado. El campeón del gasto fue el modelo **IO16MDI** de **Mabe,** que presenta un consumo 48% superior a lo declarado. El modelo **NN-CD989SRPH** de **Panasonic** ni siquiera indica su consumo. Eso, sin duda, es información engañosa para el consumidor, y se ve reflejado de forma negativa en la evaluación global de calidad.

ROMPER EL HIELO. Los hornos de microondas que alcanzaron el mayor porcentaje de descongelación fueron los tres modelos de la marca **LG**. Esto es útil si planeas usar esa como su función principal.

EN CALIENTE. Los modelos que lograron incrementar en menor tiempo la temperatura del alimento son el **NN-SD698SRTH** y el **NN-ST678SRUH** de **Panasonic,** aunque también resultaron excelentes dos modelos de la marca **Samsung**, un **LG** y dos **Panasonic** más.

MÁS CALOR, MENOS GASTO. Como se puede apreciar en las tablas de resultados, los modelos más eficientes (es decir, los que calientan más y consumen menos energía eléctrica), los encontramos en las capacidades de 1.1 a 1.4 pies cúbicos y son los modelos de **Panasonic NN-SD698SRTH** y **NN-ST658WRUH** y el **Samsung AMW9114ST,** el **LG MS-1446SQP** y el **Frigidaire FMDA14S4MJW.**

LO QUE TE RECOMENDAMOS

- Selecciona el horno que satisfaga tus necesidades reales y no solo busques un modelo que quepa en tu cocina y tenga mayor número de funciones.
- Ten mucho cuidado de nunca introducir recipientes u objetos metálicos al horno; pueden provocar cortos eléctricos que dañen irreparablemente tu equipo.
- Tampoco introduzcas recipientes herméticamente tapados, ya que al calentarse, el alimento genera vapores que pueden hacer que explote el contenedor, dañando el equipo o peor aún, generando situaciones de riesgo para ti cuando abras el horno.
- Nunca operes el horno de microondas vacío; si no existe material que absorba el calor, el equipo puede dañarse.
- Los hornos de microondas que presentan la función de convección y dorador son más caros, sin embargo, periten cocinar platillos más elaborados que los hornos notmales en menor tiempo.
- El calentamiento que producen los hornos de microondas no siempre es uniforme. Te recomendamos no calentar biberones o alimentos para bebés o niños pequeños, pues aunque sientas templada su superficie, lo que contienen puede estar muy caliente y provocar quemaduras a los pequeños.
- No abras el horno de microondas hasta que indique que su operación ha finalizado. Aunque la puerta presenta un switch de desconexión automática que se activa al abrirla, no es del todo improbable que pueda averiarse y permitir que escape radiación dañina.

CÓMO COCINAR EN HORNO DE MICROONDAS

Si solo usas el horno de microondas para calentar, descongelar y, por supuesto, hacer palomitas, este artículo te será útil para sacarle mayor provecho y convertirte en un chef exprés.

En las cocinas mexicanas las estufas y los hornos convencionales mantienen el monopolio de la cocción de los alimentos. Y ya sea porque prevalecen mitos y resquemores acerca de los hornos de microondas o por la costumbre de guisar de manera tradicional, la realidad es que posiblemente te estás privando de todos los beneficios que este electrodoméstico puede ofrecerte.

Seguro y rápido

Una de las ventajas principales es que puedes cocinar exitosamente una gran variedad de platillos en poco tiempo (el calentamiento es entre un tercio y un cuarto del tiempo que de la manera convencional), como pasta, arroz, sopas, verduras, carnes rojas, pollo, pescado, salsas y, desde luego, postres.

Aunque tiene algunas limitantes, el horno de microondas es perfecto para cocinar alimentos al vapor, y por la rapidez con la que se calientan se conservan mejor sus nutrientes, aunado a que las microondas destruyen gérmenes.

Puedes incluso adaptar algunas de tus recetas utilizando estos consejos o hacerte de un recetario para cocinar en horno de microondas.

El microondas es perfecto para cocinar al vapor: se conservan mejor todos los nutrientes de los alimentos.

Utensilios adecuados

- Recipientes apropiados para horno de microondas, algunos plásticos, porcelana, refractarios, papel encerado... Lo puedes verificar en sus etiquetas.
- Tapas para evitar salpicaduras o papel adherente con algunas perforaciones para que pueda salir el vapor de agua.
- Platos de plástico, tazas térmicas y tazones pueden usarse por periodos de tiempo cortos (dos minutos).
- No introduzcas: trastes que contengan metales (aluminio, acero, estaño, plata, etc.), ya que pueden estropear el funcionamiento de tu horno.

Sus limitaciones

No se cocinan bien los budines, alimentos rebozados, huevos duros, frituras en mucho aceite, platillos de texturas crujientes o doradas como una tarta de manzana o empanadas.

Consejos para cocinar

- El horno de microondas no produce demasiada evaporación de agua, por tanto, debes reducir la cantidad de líquidos utilizados a la mitad, al igual que la cantidad de condimentos que acostumbras porque se absorben de forma más rápida en el microondas.
- Se recomienda usar aceite vegetal estable a los cambios de temperatura, como el de oliva o maíz.
- Calcula una cuarta parte de tiempo de lo indicado en la receta original. Si es necesario agrega más tiempo.
- Los alimentos se calientan y cocinan mejor tapados, además de que se evitan salpicaduras.
- La temperatura y el tamaño de los alimentos influyen en el tiempo de cocción.
- La pasta y el arroz se cocinan prácticamente de la misma manera que la tradicional: triple volumen de agua que de alimento.
- Los alimentos más grandes y duros tardan más en cocinarse, como las carnes, por lo que deben colocarse primero y luego agregar las verduras si se trata de un caldo o un guiso que las contenga.
- Las verduras, congeladas o frescas, deben cubrirse con una tapa o bolsa con orificios.
- Es necesario revolver la comida una o dos veces durante la cocción, y dejarla reposar aún con tapa durante cinco minutos, tiempo en el que se estabilizan los jugos de las carnes y se completa la absorción de líquidos de salsas, guisos y arroces. Además de que se previenen quemaduras.
- La fuente para dorar sirve para chuletas, salchichas, hamburguesas, tocino, huevos, etc. El alimento debe voltearse para que se dore del otro lado.

Fuentes *Pasteles, postres y dulces con microondas*, Melissa de la Fuente, Colin y Asociados SA de CV; *Cocina con microondas*, Selector, 2002.

Precios mínimos y máximos de hornos de microondas en las ciudades de México y zona metropolitana y Monterrey

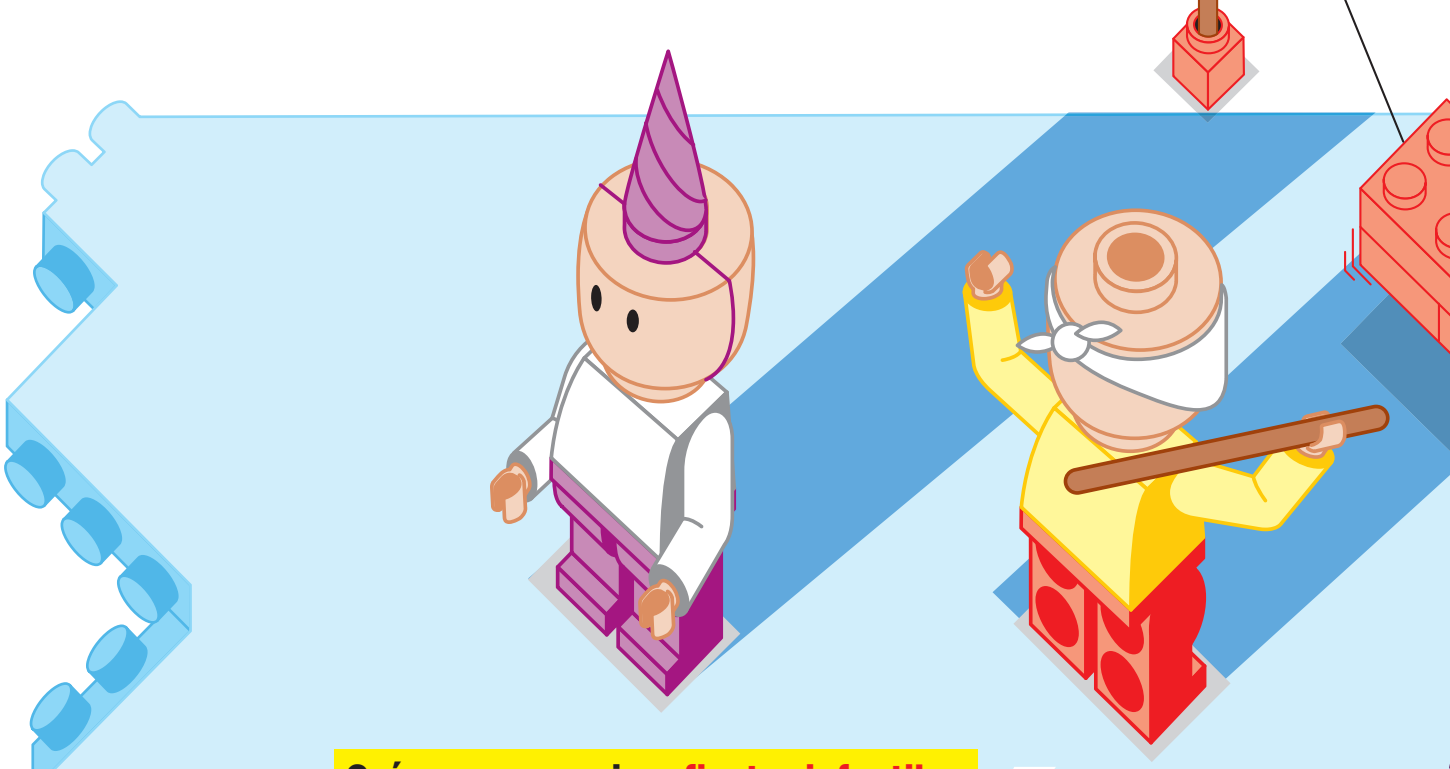
Precios levantados del 4 al 17 de febrero de 2011

Quién es Quién en los precios

	Marca / Modelo	Ciudad de México y zona metropolitana				Monterrey			
		Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
Hornos de microondas con capacidad de 1.1 a 1.2 pies³	**Panasonic** NN-ST658WRUH	$1,954	Liverpool (Galerías Coapa y Polanco)	$2,209	Sears (Galerías Coapa y Universidad) / El Palacio de Hierro (Satélite)	$1,999	Costco	$2,209	El Palacio de Hierro Sears (Suc. Centro)
	Panasonic NN-SD698SRTH	$1,458	Liverpool (Galerías Coapa, Perisur, Polanco y Satélite)			$1,458	Liverpool		
	Panasonic NN-ST678SRUH	$1,716	Liverpool (Galerías Coapa, Perisur y Polanco)	$1,954	Sears (Galerías Coapa y Satélite)	$1,716	Liverpool	$1,954	Sears (Suc. Centro)
	Samsung AMW9114ST/XAX								
	Samsung AMW0113M/XAX	$1,699	Sears (Universidad)			$1,580	Liverpool	$1,699	Coppel
	Daewoo KOR-1N1HW	$1,240	Liverpool (Galerías Coapa, Perisur, Satélite y Polanco)	$1,299	Mega Elektra (Miramontes)	$1,240	Liverpool	$1,549	Coppel
	LG MC1288TRC	$3,025	Liverpool (Galerías Coapa y Satélite)	$3,399	El Palacio de Hierro (Perisur y Satélite)	$3,399	El Palacio de Hierro		
	Everstar P100N30AP-M4	$999	The Home Depot (Pirules)	$1,720	Hermanos Vázquez	$1,260	LM Bodegas	$1,599	Bodega Aurrera Suc. Fresnos
	Whirlpool WM1111D00	$1,352	Famsa (Tacubaya)	$1,720	Hermanos Vázquez	$1,260	LM Bodegas	$1,599	Bodega Aurrera Suc. Fresnos
	Mabe XO1120MD	$1,359	Sears (Galerías Coapa, Perisur y Satélite)	$1,577	Famsa (Tacubaya)	$1,334	Mueblería Elizondo Sucursal Madero	$1,577	Famsa
	Daewoo KOC-1B4K	$3,260	Liverpool (Perisur, Galerías Coapa y Polanco)			$3,260	Liverpool		
Hornos de microondas con capacidad de 1.3 a 1.4 pies³	**LG** MS-1446SQP	$1,598	Chedraui (Polanco y Universidad) / Comercial Mexicana (Valle Dorado)	$1,899	Coppel (Plaza Observatorio)	$1,599	Elektra (Juárez)	$1,899	Coppel
	LG MH1448AP	$2,039	Liverpool (Galerías Coapa, Perisur, Polanco y Satélite)	$2,079	Sears (Perisur, Satélite y Universidad)	$2,079	Sears (Suc. Centro)		
	Whirlpool WM1114D00	$1,965	Viana (Tacubaya)			$1,531	Mueblería Elizondo Sucursal Madero	$2,069	Lowe´s
	Frigidaire FMDA14S4MJW	$1,498	Comercial Mexicana (Valle Dorado)						
	Samsung MR123C-S/XAX	$1,598	Chedraui (Universidad)	$2,039	Liverpool (Perisur)	$1,430	El Surtidor del Hogar	$1,954	Sears (Suc. Centro)
	Daewoo KOR-146HBF	$1,487	Liverpool (Polanco, Galerías Coapa y Satélite)	$1,665	Sears (Galerías Coapa, Universidad, Satélite y Perisur)	$1,487	Liverpool	$1,799	Coppel
	Mabe XO1410MD	$1,598	Comercial Mexicana (Valle Dorado)	$1,803	Famsa (Tacubaya)	$1,560	Mueblería Elizondo Sucursal Madero	$1,803	Famsa
	GE JES1384SFE								
Hornos de microondas con capacidad de 1.5 a 1.8 pies³	**Panasonic** NN-SD798SRUH	$2,379	Liverpool (Galerías Coapa y Polanco)	$2,762	El Palacio de Hierro (Perisur y Satélite)	$2,379	Liverpool	$2,787	Mueblería Maya
	GE JES1642SFE	$2,100	Viana (Tacubaya)	$2,254	Famsa (Tacubaya)	$2,254	Famsa	$2,399	Lowe´s
	Mabe IO16MDI	$2,319	Sears (Perisur y Satélite)	$2,627	El Palacio de Hierro (Perisur)	$2,305	Mueblería Elizondo Sucursal Madero		
	Daewoo KOR-178HS	$1,690	Wal Mart (Miramontes y Pirules)			$1,999	Coppel		
	Panasonic NN-CD989SRPH	$8,499	Liverpool (Perisur y Satélite)						

*No se encontró el producto en las tiendas visitadas para la recopilación de precios.

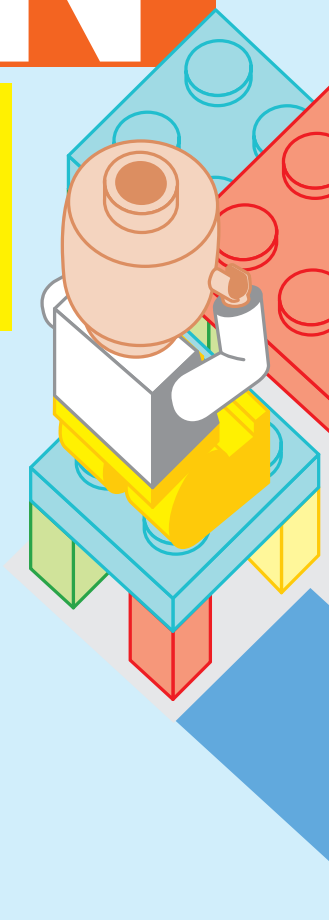
Nota: la dirección de los establecimientos que se muestran en el cuadro, la podrás solicitar al teléfono 5568 8722 en el DF o desde cualquier otro lugar de la República Mexicana, al 01 800 468 8722. Para cualquier duda envía un correo a quienesquien@profeco.gob.mx.



Guía para organizar fiestas infantiles

DIVERSIÓN buena, bonita y barata

Una cosa es que tu hijo apague las velas en su cumpleaños y, otra muy distinta, que su fiesta "extinga" el presupuesto familiar. Si no estás convencido de sobrevivir a los costos económicos (y emocionales) de una fiesta infantil, lo mejor será que tomes algunas precauciones antes, durante y después del gran día. **Por Edith Roldán**



Gráficos Oldemar

La organización de una fiesta infantil no es un juego de niños. La nostálgica escena del pastel de merengue, los globitos en la pared y unos cuantos amiguitos alrededor de la mesa ha quedado atrás. Hoy, nada más la "preproducción" de una celebración de esta naturaleza implica tiempo, dinero y esfuerzo. ¿El resultado? Algunas horas de diversión diseñadas justo a la medida del festejado (y de sus pequeños invitados). Inflables, juegos, manualidades, shows en vivo, ambientación, maquillaje, disfraces, decoración de mesas, tirolesa, regalitos de despedida, comida (para niños y adultos) y pastel personalizado, son solo algunos de los "detalles" que deberás tomar en cuenta durante los preparativos. Piénsalo bien: entretener al menos a dos decenas de niños bajo el mismo techo no es fácil. Pero tampoco significa que como padres estemos condenados a exprimirnos económicamente, con tal de celebrar en grande a nuestro pequeño. Nada de eso.

La realidad es que una fiesta exitosa es aquella que se apega en lo posible a los gustos y principios de los anfitriones (sobre todo del pequeño) y al presupuesto elegido. De ahí que la buena organización sea nuestra principal aliada a la hora de establecer números, forma y contenido.

Las hay para todos los bolsillos, gustos y temáticas. Desde fiestas en salones ubicados en zonas exclusivas, hasta espacios más económicos que –además de ofrecer paquetes todo incluido a costos moderados– seducen a sus clientes con promociones de pago con tarjeta de crédito a meses sin intereses. Algunas cadenas de comida rápida también han hecho lo suyo, al cautivar a un nicho que gusta de las producciones exprés y de pocos invitados. Y para quienes nada temen a los repentinos cambios climáticos, ¿qué tal un jardín impecable con o sin servicios incluidos? No podemos olvidar a los valientes que se lanzan a la caza por separado de cada una de las piezas del complejo rompecabezas; sin duda encontrarán una atractiva gama de proveedores listos para cubrir sus peticiones.

Una fiesta exitosa es la que se apega a los gustos y principios de los anfitriones, no la que cuesta más.

Los salones de fiestas infantiles llevan la delantera con sus agendas hasta el tope y una clientela cautiva que parece no agotarse jamás (al fin y al cabo, una fiesta cumpleañera es algo que tienes que hacer cada 365 días, a diferencia de algún evento como una graduación o una primera comunión que suceden mucho menos seguido). Por sus puertas desfilan progenitores que, motivados por la emoción del momento, llegan a desembolsar –por cuatro horas de servicio– el equivalente a lo que pagarían por unas vacaciones familiares en alguna playa del país. ¿Parece exagerado? No lo sabemos; todo depende de las posibilidades monetarias y expectativas del cliente. De lo que sí estamos seguros es que más allá de bolsillos estrechos o flexibles, ¿a quién no le agrada evitar gastos superfluos producto de la improvisación y el desorden?

LOS ‘SÍ’ Y LOS ‘NO’ DE LAS FIESTAS

Arma un gran festejo con nuestras recomendaciones.

1 INVITACIONES Si contrataste un salón, es probable que las invitaciones estén incluidas. Si no, hazlas tú mismo con la ayuda del festejado o bien, envía por mail una invitación digital. Incluye un mapa sencillo.

✔ Confirma tres días antes de la fiesta quienes de tus invitados asistirán.

✘ Incluye un solo número telefónico para llevar el control de las confirmaciones.

2 PIÑATA Considera de tres a cinco kilos de dulces para una piñata promedio; y al menos un kilo extra para darle a los niños que no les vaya bien en la repartición.

✔ Evita accidentes: que los niños permanezcan sentados en lo que llega su turno.

✘ Evita que los papás se avalancen al festín. podrían lastimar a algún pequeño.

3 DECORACIÓN TEMÁTICA Elige uno o dos artículos (globos, vasos, servilletas, etc.) con la imagen que quiera tu hijo y complementa lo demás en color blanco.

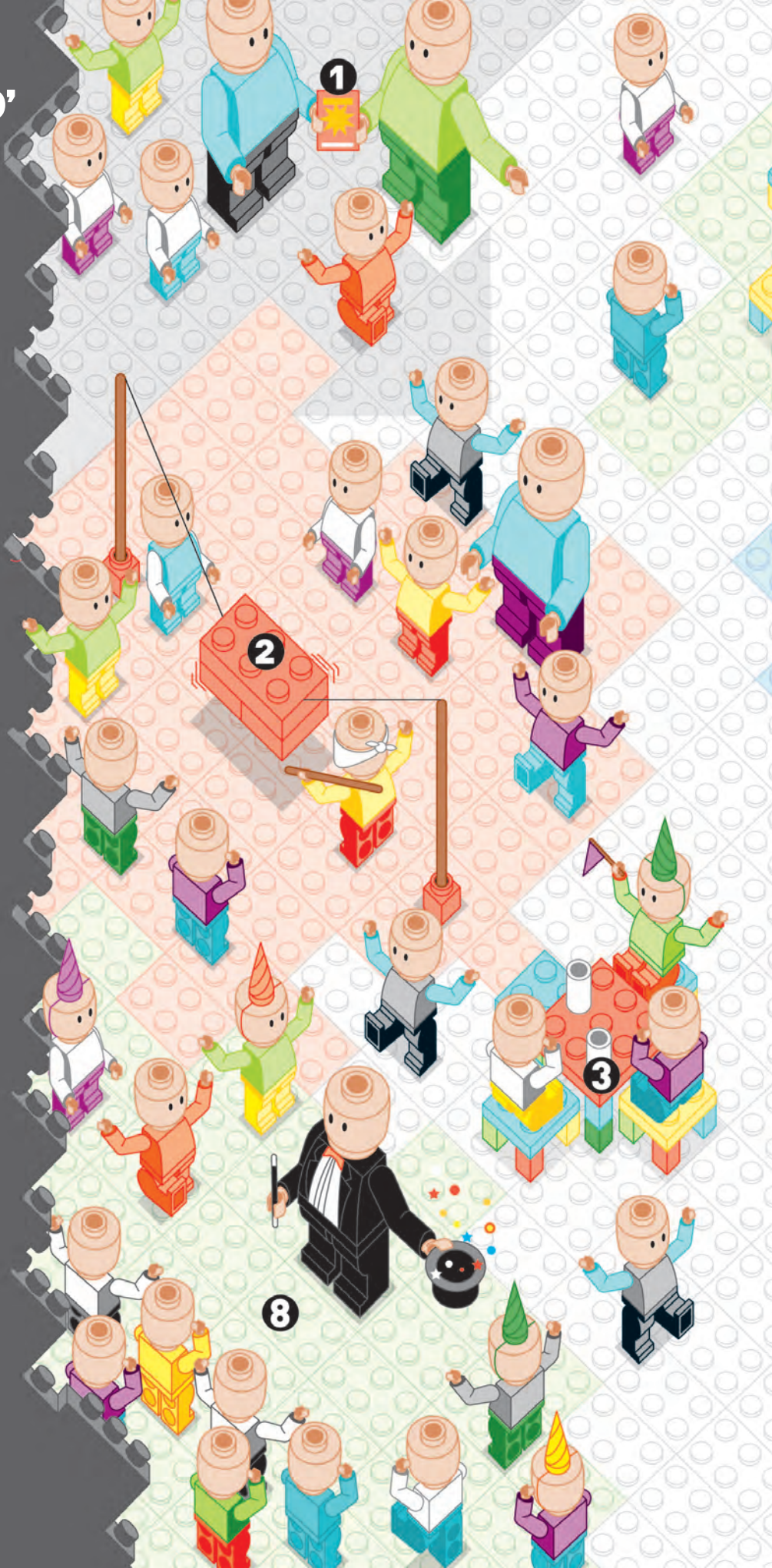
✔ Personaliza los vasos. Así utilizarán el mismo vaso gran parte de la fiesta.

✘ Los centros de mesa grandes, además de caros, obstruyen la vista.

4 COMIDA Y BEBIDA PARA NIÑOS Sé generoso con los líquidos, recuerda que los niños comen poco y beben mucho.

✔ Calcula una porción por cabeza y 10 porciones extra por si algunos desean repetir. Las aguas frescas les gustan a todos. Conserva un espacio fijo donde los pequeños se puedan hidratar cuando lo deseen.

✘ No ofrezcas alimentos muy calientes o alergénicos (como fresas). Evita ofrecerles refrescos, bebidas empaquetadas en tetrapack. No quitan la sed, contienen mucha azúcar, generarán basura y son más caros.



5 PASTEL Los hay de todos los precios, tamaños, colores, personajes y sabores. Calcula unos 3 kilos de pastel por cada 20-25 invitados.

✓ Prefiere un pastel en porciones individuales; son ricos,la repartición es rápida y te ahorrarás los platos y cubiertos.

✗ No permitas la famosa "mordida". Es antihigiénico y el merengue puede obstruir las fosas nasales del festejado.

---

6 COMIDA Y BEBIDA PARA ADULTOS Hazlo práctico, pero no por eso menos rico y saludable. Una lasaña con ensalada o unos tacos de guisado y guarnición, son opciones sencillas que te rendirán mucho.

✓ Contabiliza dos porciones por adulto, más 15 órdenes extra. Ofrece refrescos, agua natural, agua mineral y café, todo en vasos grandes.

✗ Evita servir nuggets, mini pizzas o hot dogs, pues esos son ¡para los niños! Dejar el alcohol en casa es evitarte infinidad de problemas.

---

7 JUEGOS Si la fiesta es en un jardín, contrata un inflable y organiza juegos sencillos en los que todos los niños puedan participar: las carreras de costales, las donas colgantes o hasta el juego de las sillas ¡sigue vigente!

✓ Prequnta por paquetes y cuántas horas contempla la renta, detalles sobre la instalación, recepción y entrega del inflable.

✗ Evita los "tumblings", no son del todo seguros, pues aun cuando tienen red de protección, el impulso que adquieren los niños puede resultar en accidentes.

---

8 SHOW EN VIVO Los hay de todas clases: princesas, personajes de TV, de películas, magos, etc. Y aunque también los hay de todos los precios, difícilmente pagarás menos de $1,500 por 40 minutos de entretenimiento.

✓ Contrata este tipo de atractivo solo si ya cubriste todos los gastos anteriores y te quedó un monto para ello.

✗ Busca contratar un *show* que conozcas de antemano o que te hayan recomendado. Si no, mejor evítalo.

Guía de costos

Planea un presupuesto adecuado para la fiesta y procura no sobrepasarte. Evalúa cuál de estas formas de organizar el festejo es la que más te conviene.

1 Si contratas los servicios por separado

▶ **Ventajas** La libertad de montar la fiesta totalmente a tu gusto y, en algunos servicios, reducir costos.

▶ **Ideal para...** Quienes tienen el tiempo, la iniciativa y el temple de lidiar con varios proveedores a la vez.

- **Renta solo salón:** entre $3,500 y $11,500 por cuatro horas, la hora extra va de $400 a $2,200.
- **Renta solo jardín:** entre $1,000 y $2,500 (parques delegacionales y públicos) y $3,000 a $7,000 (privados y cerrados) por cuatro horas, máximo cinco (suelen ser más flexibles los públicos).
- **Lasaña con ensalada (en salón)**: $12 a $20 la porción.
- **Lasaña con ensalada (hecha en casa):** $7 a $10 la porción.
- **Menú infantil (en salón):** $15 a $23 pesos por niño, incluye bebidas (agua fresca).
- **Menú infantil (hecho en casa):** dependiendo del menú, varía de $5 a $30 por niño, incluye bebida (agua o jugos); guisados o antojitos pueden servirse a los padres también.
- **Pastel personalizado:** de $220 a $340 por un pastel para entre 20 y 30 personas.
- **Carpas:** entre $1,500 y $5,000, incluye entrega y retiro, e instalación y asesoría.
- **Mesas y sillas:** $80 a $220, una mesa con 10 sillas, incluye entrega y retiro.
- **Valet parking:** $1,000 a $2,000 por seis horas, dos personas (depende el área donde se estacionarán los autos; si se requiere personal que los cuide, extra de $500 por persona).
- **Inflables:** $600 a $3,500 por un día.
- **Servicio de meseros:** $200 a $500 por mesero y ayudante en cocina por ocho horas, incluido tiempo de preparación en cocina y limpieza después de la fiesta.
- **Show en vivo:** $2,000 a $5,000 por 40 minutos a 1 hora.
- **Relleno de piñata:** $90 a $160.
- **Regalitos de salida:** $20 a $60 por niño.

2 Contrato de servicios en paquete

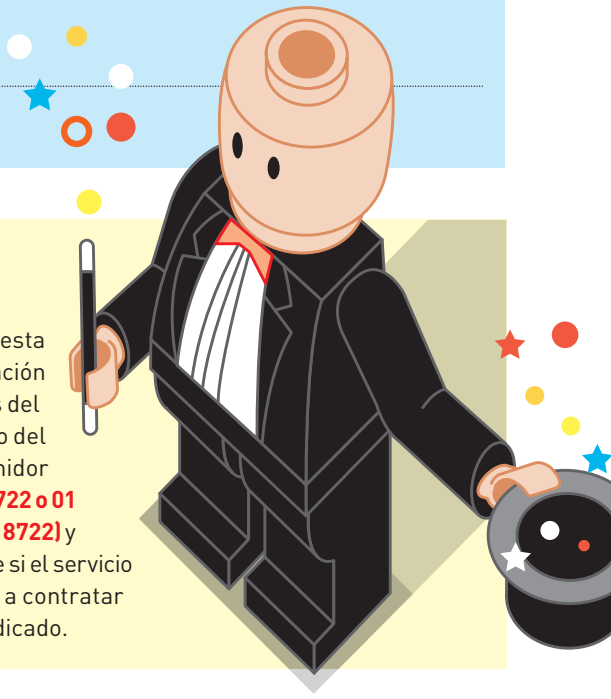
▶ **Ventajas** Disfrutarás de la confianza y garantía que brinda el hecho de que un solo proveedor experto en el tema se encargue de montar poco más del 80% de la fiesta por ti.

▶ **Ideal para...** Quienes tienen poco tiempo, paciencia y experiencia para sobrellevar la logística y organización que requiere una fiesta infantil.

- Los costos por paquete casi todo incluido (el lugar, los alimentos, bebidas, y diversión) los ofrecen los salones de fiestas y oscilan entre $3,500 (los más económicos y sencillos), hasta $16,000 con opción hasta 100 personas y todo tipo de excesos como: karaoke, futbolito, videojuegos y pantalla para el show –que no está incluido– y servicio de audio y sonido con DJ.

Haz cuentas. Es probable que puedas ahorrarte muchos dolores de cabeza si contratas un paquete. Depende del tipo de fiesta y el número de invitados que piensas tener.

*Los precios aquí publicados son aproximados y pueden variar de acuerdo con el proveedor, la zona donde se encuentren el salón y los proveedores y, por supuesto, el presupuesto del anfitrión.



Que no te aguaden la fiesta

Te recordamos que la contratación de los servicios para eventos sociales (salones de fiestas, servicio de banquetes o paquetes) deberán llevarse a cabo mediante la firma de un **contrato de adhesión**, el cual debe estar registrado ante **Profeco**. Asimismo, te recomendamos leer con detenimiento el contenido del contrato para conocer los términos y condiciones para la prestación de los servicios adquiridos.

Para que no te lleves sorpresas, te sugerimos consultar el comportamiento comercial del proveedor ante **Profeco.** Envía un correo a **(comportamiento-comercial@profeco.gob.mx)** o también solicita esta información a través del Teléfono del Consumidor **(5568 8722 o 01 800 468 8722)** y entérate si el servicio que vas a contratar es el indicado.

En boca de las expertas

Cada quien habla de la fiesta como le fue en ella... y también puede aportar buenos consejos para ti.

Fiesta, hasta los tres años

• "Comprar dulces al mayoreo y pedir ayuda a las tías de mis hijos para cocinar me ha funcionado para apegarme al presupuesto inicial".
• "Lo mejor es hacer fiestas a partir del tercer año del niño".
• "Solo sirvo alcohol cuando todos los invitados son de mi plena confianza".
—Mayra Cisneros, mamá

Siempre pide presupuestos

• "Para evitar contratiempos, prefiero los salones que ofrecen personal para asistir a los padres con los niños".
• "Pedir presupuestos con anticipación y controlar el número de invitados me ha ayudado a ahorrar en las fiestas de mis hijos".*— Silvia Saldaña, mamá*

Compra al mayoreo

• "Antes manejaba hasta la Merced en busca de los regalitos y los dulces de los niños, pero descubrí que algunos supermercados que venden al mayoreo ofrecen precios parecidos".
• "Lo que siempre se nos olvida a las mamás es el palo de la piñata y la soga para colgarla". *—Mía Romai, mamá*

Ten comida de sobra

• "El peor error que cometí fue pensar que los invitados llegarían solos, pero asistieron ¡acompañados! La comida no alcanzó para todos y tuve que mandar a pedir pizzas de última hora... gasté muchísimo".
—Fabiola Molina, mamá

Busca quién te ayude

• "Cuando he rentado *tumbling*, me aseguro de que algún adulto esté al cuidado mientras los niños saltan".
• "Siempre evito servir demasiada comida a los niños, pues pocas veces comen bien en las fiestas".
• "Es conveniente contar con un par de personas que te ayuden a atender a los invitados, de otra manera es un desastre". *—Carolina Bíscaro, mamá*

Busca descuentos

• "Algunos salones ofrecen meses sin intereses en caso de pagar con tarjeta de crédito".
• "La mayoría de los salones se saturan en mayo y diciembre y, por lo mismo, no ofrecen descuentos".
• "Un salón cotizado ofrece unas 200 fiestas al año". *—Guadalupe Torres, encargada del salón de fiestas La Cabaña.*

Caminito de la fiesta

Sigue estos pasos y organiza una fiesta ejemplar sin gastar de más.

Paso 1: el presupuesto

Lo más complicado no es decidir el monto que será destinado a la fiesta, sino apegarse a él. Tip: Contempla un alza y baja del 20% de la cifra seleccionada. La flexibilidad siempre ayuda.

Paso 2: tipo de fiesta

Ya recorriste los salones de la zona y resulta que el festejado sueña con una fiesta en el jardín de los abuelos. O adquiriste una piñata divina justo cuando te enteras de que tu hijo alucina el numerito del "dale, dale, dale". Mejor aplica la sabia frase de "antes de consumir, ¡mejor infórmate!".

Paso 3: la lista de invitados

En tu cabeza revolotean los nombres de tus familiares de primera, segunda y tercera generación; los de los hijos de tus jefes, los de tus amigas cercanas y (no tanto), los de los vecinitos que alguna vez convivieron con tu hijo... es hora de parar.

La capacidad de invitados de una fiesta infantil tiene que ver con la seguridad, el espacio y la atención de calidad que brindes a cada uno de ellos. Una fiesta promedio contempla un máximo de 35 niños y a un mínimo de 20. Si es entre semana los pequeños llegarán acompañados únicamente de sus madres, abuelas o cuidadoras. Pero si el evento es en fin de semana, es probable que asistan con ambos padres. Contempla dos adultos por cada niño que incluyas. De la lista de invitados se desprende el presupuesto de comida, así que es vital revisarla a detalle.

Paso 4: sondea costos de acuerdo con tus necesidades

Inicia los preparativos con dos meses de anticipación. Este tiempo es suficiente para comparar precios, pescar promociones y sondear qué tan eficiente o no son los servicios que contratarás. Tip. La información de "boca a boca" entre padres que ya han pasado por esta experiencia, te será valiosísima.

Paso 5: etapa de ajuste

Llegó la hora de la verdad y, sobre todo, de ponerse creativo: con cuánto dispones, cuánto deseas y cuánto obtendrás. Ya tienes la información que necesitas, ahora se trata de ajustar las expectativas con el presupuesto de partida. En esta fase se vale "poner y quitar" hasta que la fiesta reúna los elementos deseados. Si invertir en los alimentos ya preparados consume gran parte de tu presupuesto, dile a esa tía que cocina delicioso que en lugar de obsequiarle un regalo al festejado, mejor te ayude a preparar la comida de los adultos. ¡Lo hará encantada! Si el show en vivo cuesta una fortuna, habla con tu hijo y explícale que se lo canjearás por una divertida sesión de competencias, en la que participarán todos sus invitados. Todo puede ser reemplazado por alguna propuesta creativa que sea igual o más atractiva. Lo único que resta es poner ¡manos a la obra!

10 TIPS PARA ELEGIR LA C

Antes de comprar vivienda con tu crédito Infonavit necesitas tener muy en claro cuál es el tipo de casa que más te conviene, así como todos los factores que debes considerar para elegir acertadamente.

Ya lo hemos dicho: comprar casa es una de las decisiones personales y familiares más trascendentes en la vida de cualquiera; por eso es fundamental que, si ya cuentas con la autorización de tu crédito Infonavit, determines junto con tu familia aquellas características relacionadas con la vivienda que habrán de satisfacer sus expectativas y necesidades.

Aunque el Infonavit exige el cumplimiento de ciertas condiciones básicas: que la vivienda se ajuste a las reglas de construcción, cuente con energía eléctrica, agua potable, drenaje y alcantarillado, espacios habitables, iluminados y ventilados, escrituras validadas, avalúo autorizado y aplique calidad de construcción verificada, es fundamental que tu nuevo hogar también se adapte a las demandas propias de tu familia.

Para ello te ayudará saber el número de recámaras que requieren, el espacio para instalar sus muebles, si la construcción permite hacer ampliaciones, el nivel que prefieren si se trata de un departamento, el número de lugares de estacionamiento. También toma en cuenta factores como la distancia al trabajo y a las escuelas de tus hijos, vías de acceso, seguridad y vigilancia, frecuencia del servicio de recolección de basura, cercanía con hospitales, escuelas, bancos, centros comerciales y parques. E incluso la proximidad con industrias, líneas de alta tensión, ductos de combustible, un río, laguna, barranca o terreno en declive que puedan representar riesgos.

Este año, el Infonavit, preocupado por el desarrollo habitacional sustentable, promueve que todas las viviendas estén equipadas con ecotecnologías, las cuales aseguren ahorros en luz, agua y gas. Infórmate si la vivienda que te interesa cuenta con ellas o pide información para instalarlas después de ejercer tu crédito.

Incluimos este decálogo basado en las recomendaciones que el Infonavit ofrece a sus derechohabientes, y que te será útil para elegir tu casa, ya sea nueva o usada.

Decálogo para elegir casa

1 Busca opciones de vivienda que se adapten a tu presupuesto y capacidad de compra.

2 Utiliza el internet para tu búsqueda. En www.contacto.infonavit.org.mx o www.micasa.gob.mx puedes encontrar un extenso catálogo de viviendas nuevas y usadas. Al registrar todos tus datos, recibirás ofertas personalizadas de acuerdo con tus necesidades y contarás con asesoría para resolver dudas y realizar trámites.

3 Revisa los periódicos y cualquier otro medio de compra-venta de inmuebles.

4 Al acudir a las oficinas de venta, ademas de revisar las maquetas, planos y folletos que te proporcionen, no dejes de visitar la casa muestra.

5 Si la vivienda es nueva, aclara con el asesor inmobiliario (el cual debe estar certificado) todas tus dudas sobre características de construcción, materiales y acabados en pisos y muros, muebles adicionales que te puedan ofrecer, como cocina integral o clósets, si tiene tanque de gas estacionario, cisterna, etcétera.

6 Pregunta si además de los servicios básicos la vivienda cuenta con lo necesario para instalar línea telefónica, televisión por cable, internet, gas natural y otros servicios, y si cuenta con el Seguro de Calidad de Vivienda (*ver recuadro "Buenas referencias"*).

Más protección para ti

Infonavit y **Profeco** firmaron, hace pocos meses, un convenio de colaboración que brinda protección a los derechohabientes interesados en adquirir casa. Uno de sus propósitos: asegurar que los desarrolladores cumplan con la obligación de registrar en **Profeco** sus contratos de adhesión, al tiempo que se convierte en un requisito del Infonavit para la inscripción de oferta de vivienda en el **Registro Único de Vivienda (RUV)**. Esto permite dar certeza jurídica a los consumidores, pues evita que en el contrato se establezcan términos contrarios a la ley o cláusulas abusivas.

CASA DE TUS SUEÑOS

7 Evalúa si la casa que elegiste cubrirá tus necesidades y las de tu familia (número de recámaras y baños, jardín, áreas comunes, lugar de estacionamiento), averigua si tus vecinos son respetuosos y recorre el vecindario en distintas horas para determinar si te gusta.

8 Asegúrate de que la vivienda que te interesa esté al corriente en el pago de impuestos y servicios.

9 Verifica si en la calle y colonia hay casas con usos distintos al habitacional, ya que al existir negocios o giros no autorizado el valor de tu vivienda puede disminuir .

10 Selecciona varias opciones y visítalas todas. No olvides comparar costo, tamaño, servicios, tiempos de traslado a tu trabajo, escuelas y a otros lugares que te interesen

Además de estas recomendaciones, te sugerimos que no tomes una decisión definitiva hasta revisar muy bien y quedar conforme con cada detalle de la vivienda que te interesa, como techos, paredes, pisos, instalaciones de agua, gas y sanitarias; y que reportes cualquier defecto que encuentres antes de realizar la compra.

Buenas referencias

Lo primero que debes comprobar, antes de firmar cualquier cosa, es que el contrato de adhesión en el que conste la compra venta del inmueble se encuentre registrado ante **Profeco**. Además, es necesario que realices dos consultas importantes: al **Índice de Calidad de Vivienda (ICAVI)**, indicador que te servirá para comparar los conjuntos habitacionales que te interesen en tu estado, y al **Índice de Satisfacción del Acreditado (ISA)**, el cual te mostrará la calificación y opiniones de las personas que ejercieron su crédito en los últimos 11 meses y que ya habitan la vivienda, sobre la calidad de los materiales y mano de obra, infraestructura, servicios, precio y atención del personal de ventas, etcétera. Entra en la página del Infonavit (infonavit.org.mx) y da clic en las pestañas correspondientes.

PEQUEÑOS CONSUMIDORES

HECHOS CON TUS DERECHOS

POR NAYARAI SÁNCHEZ | ADVERTENCIA: CUALQUIER PARECIDO DE LAS NOTAS CON TU REALIDAD ES MERA COINCIDENCIA. | CIUDAD HAZTEVALER

NIÑOS QUE ESPERAN ¡DURANTE 18 AÑOS!

Reportero, Armando Revueltas

Hasta en las mejores leyes pasa. Encontramos que de acuerdo con la Constitución Mexicana, tú no puedes ser ciudadano. Y ¿por qué es importante serlo? La ciudadanía es el derecho de participar y opinar sobre los asuntos importantes de la sociedad, e incluso sobre las acciones que realiza el gobierno.

El artículo 34 de la Constitución de nuestro país dice que solo pueden ser ciudadanos las personas mayores de 18 años de edad. Así que aunque tu opinión es valiosa y tienes muchas cosas que decir a tu comunidad y gobierno, tendrás que esperar. ¡Pero no desesperes! Mejor da tu opinión.

TÚ OPINAS

Si tú fueras ciudadano y pudieras votar, ¿qué elegirías: combatir la delincuencia o crear más parques y escuelas?

MELISSA
Yo votaría por combatir la delincuencia, porque la verdad no me gusta que haya.

KEVIN
¡Pues crear más parques y escuelas!

JANOS
Elegiría las dos opciones. Y hasta crearía robots para combatir la delincuencia y los policías no tuvieran que morir.

CIENCIA

ALERTAN SOBRE INVASORES

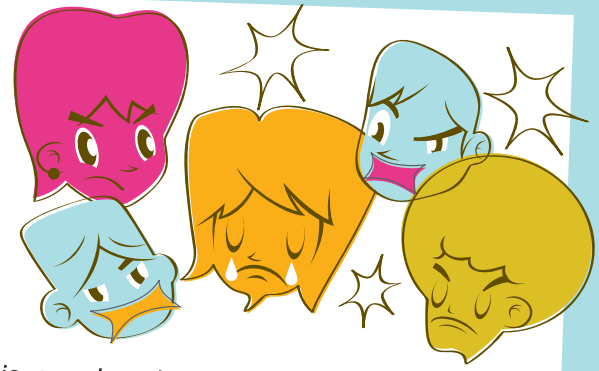
Reportera, Mira Vien

Cientos de OCNI (Observadores Chismosos Netamente Identificados) han sido vistos dentro de escuelas e incluso casas, esculcando mochilas, exhibiendo calificaciones y hasta leyendo diarios, sin autorización de los dueños. Para ahuyentarlos, los expertos recomiendan decirles lo siguiente: "Yo tengo derecho a compartir mis pertenencias con quien yo decida. Nadie debe esculcar MIS cosas, leer las cartas que escribo o me escriben sin mi permiso".

JUSTICIA

ATIKE-TIMPORTA ¡ATACA DE NUEVO!

Reportera, Oyiztli Elchizmitly



"Yo estaba con mi familia, cuando mi mamá mencionó algo sobre unas vacaciones. Y justo cuando estaba a punto de dar mi opinión, ¡ZAZ! Atike-Timporta me atacó y me hizo quedarme muda", atestiguó Carmen Daideas, quien casi pierde la lengua durante la acción.

Las autoridades advierten que Atike-Teimporta ataca con las armas *"No te metas"*, *"Tú no sabes"* y *"Cállate"*. Por lo que es necesario que niños y niñas se protejan con el derecho a libre expresión y la participación de la Convención sobre los Derechos de la Niñez.

DEPORTES

LA MEJILLA ESCAPA DE KCHETADONA

Reportero, Esquivel Madrazo

Durante un espectáculo de lucha de la WWA (Wacha Wacha Ahhh), La Mejilla logró esquivar el terrible ataque de Kchetadona, con una súper táctica que sacó de la Convención sobre los Derechos de la Niñez. Y es que La Mejilla utilizó el derecho a la protección contra el maltrato, el cual dice que nadie debe pegarte, jalonearte, dejarte sin comer o hacerte sentir que vales poco. Esto incluye a tus papás y a cualquier persona que sea responsable de ti.

LEER PARA SABER

¿Sabías que puedes utilizar los derechos de la niñez hasta que cumplas 18 años de edad, sin importar que tengas un poco de bigote y estés casi del tamaño de tu mamá?

EL SECRETO PARA HACERTE VALER

Conoce todos tus derechos, puedes consultarlos en la página *http://www.derechosinfancia.org.mx/Documentos/CDN_amigable.pdf*. Y en caso de que alguien no los respete, puedes llamar a Niñotel 5658-1111 o a la Comisión Nacional de los Derechos Humanos: 5681 8125, ext. 1127 o 1129.

Fuente Colaboradoras jurídica de la Red por los Derechos de la Infancia, Alma Meneses y Valeria Jeremías. derechosinfancia.org.mx.

Gráfico Erika Argüello

CONSUMÁN

DEFENSOR DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

HOY LES PRESENTAMOS:

¡CONSUMAN CONTRA LOS ESCAPES INFERNALES!

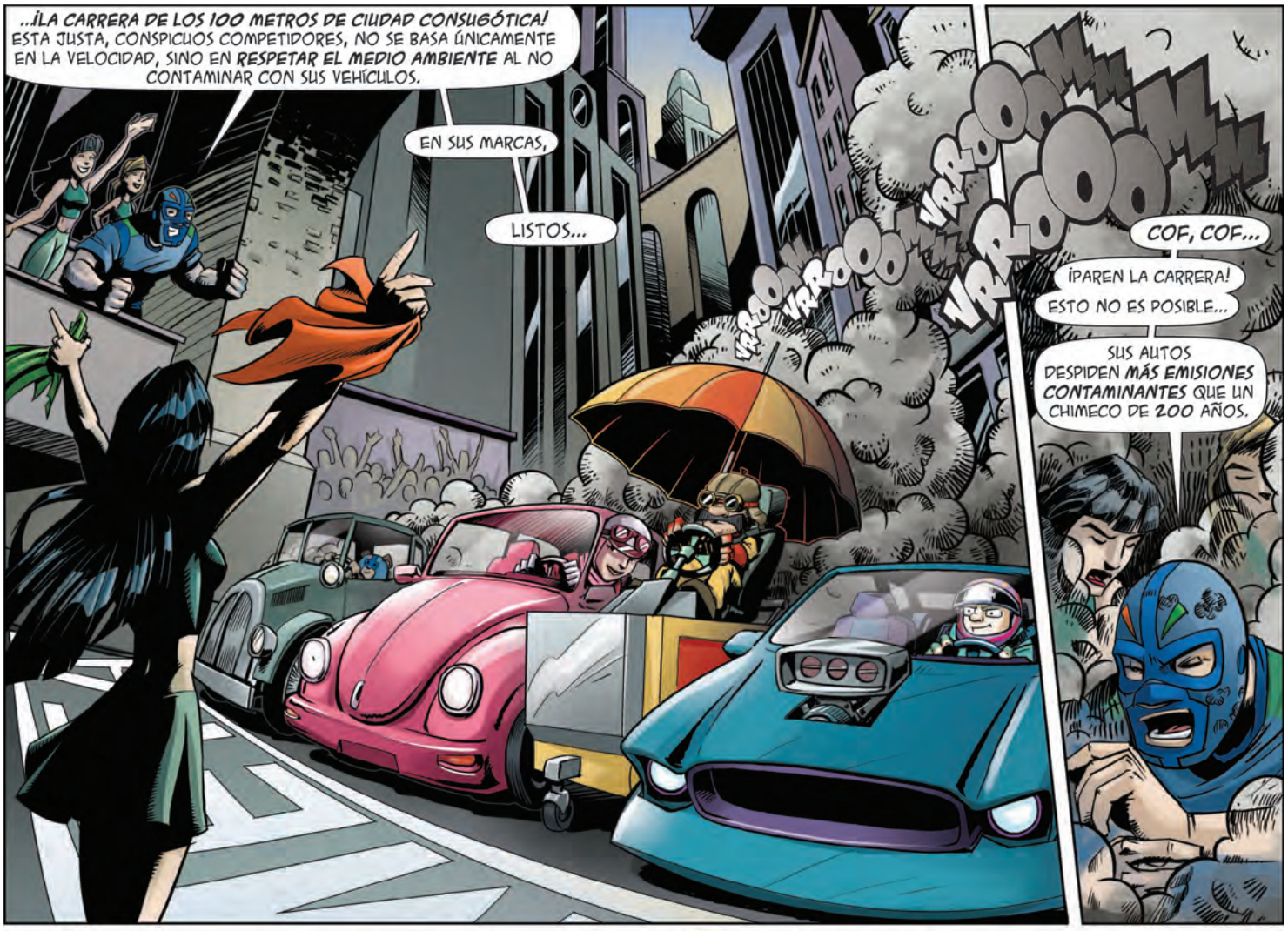
NÚMERO

10

EDICIÓN DE COLECCIÓN

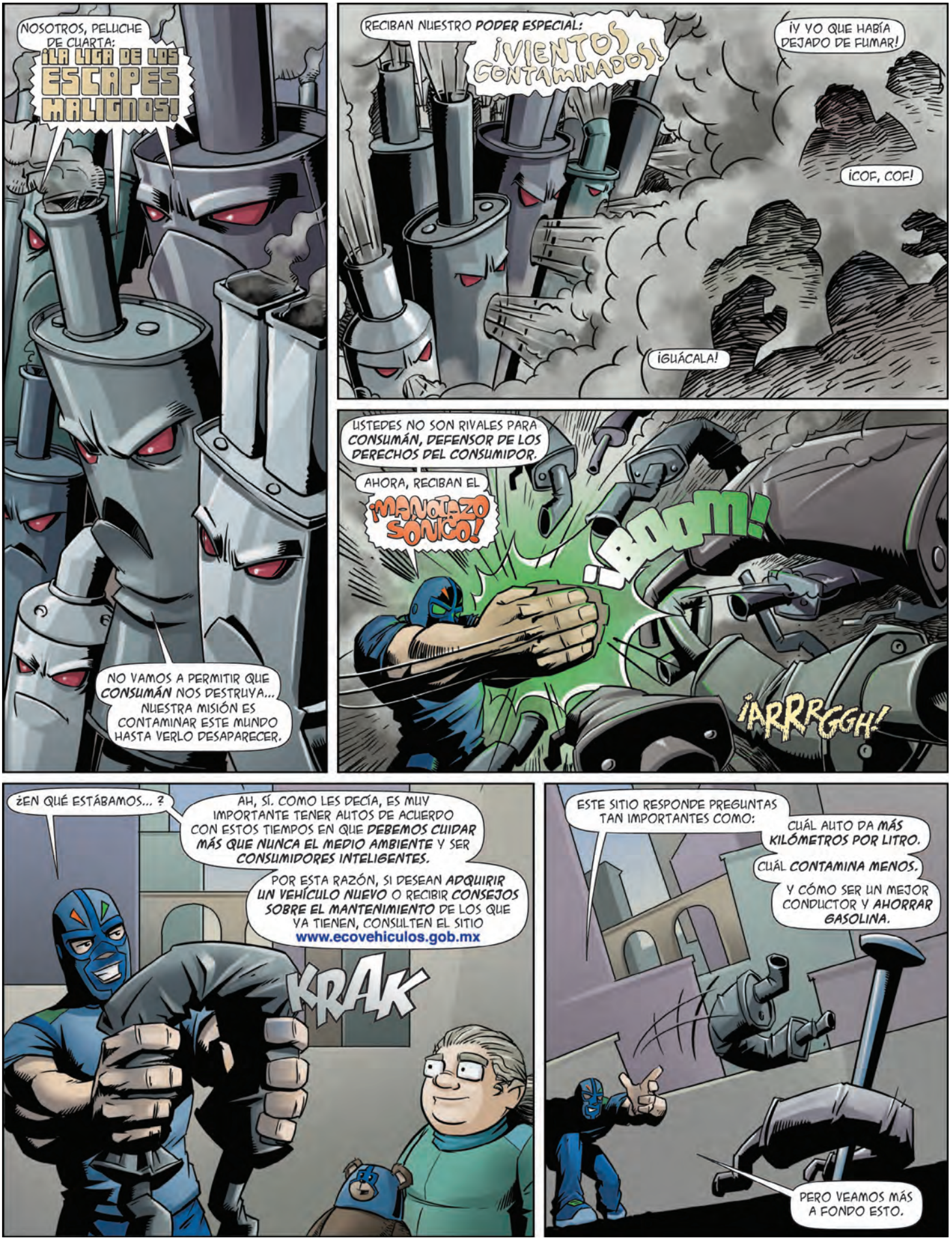
Guión: Mr. Ruiz
Dibujos: JC Chaparro

Busca el perfil de Consumán en facebook


...¡LA CARRERA DE LOS 100 METROS DE CIUDAD CONSUGÓTICA! ESTA JUSTA, CONSPICUOS COMPETIDORES, NO SE BASA ÚNICAMENTE EN LA VELOCIDAD, SINO EN RESPETAR EL MEDIO AMBIENTE AL NO CONTAMINAR CON SUS VEHÍCULOS.
EN SUS MARCAS,
LISTOS...
VRROOOM VRROOOM VRROOOM
COF, COF...
¡PAREN LA CARRERA!
ESTO NO ES POSIBLE...
SUS AUTOS DESPIDEN MÁS EMISIONES CONTAMINANTES QUE UN CHIMECO DE 200 AÑOS.

DON JOSELITO... ¿QUÉ ES ESTO? ¿POR QUÉ MANEJA UN CARRITO DE HOT DOGS? ESE VEHÍCULO ESTÁ PROHIBIDO PARA LA CARRERA DE LOS 100 METROS DE CIUDAD CONSUGÓTICA. NO SE PASE.
NO ES UN CARRITO DE HOT DOGS, CONSU, ES UN CARRITO SANDWICHERO... Y ME LO REGALÓ LA MISMÍSIMA LAURA DE AMÉRICA... Y TE JURO QUE NO CONTAMINABA.
ES CIERTO, MI LUCHADOR DE SOLOLOY... TODOS FUIMOS A AFINAR NUESTROS AUTOS ANTES DE ESTA CARRERA.

PERO ENTONCES, ¿POR QUÉ SUCEDE ESTO?
ESTO PARECE UN PLAN MACABRO PARA CONTAMINAR LOS CIELOS AZULES E IMPÁVIDOS DE CIUDAD CONSUGÓTICA...VOY A INICIAR UN PLAN DE...
NO HARÁS NADA, CONSUMÁN... PORQUE NOSOTROS NO LO PERMITIREMOS...
¿QUIÉN DIJO ESO?


NOSOTROS, PELUCHE DE CUARTA:
¡LA LIGA DE LOS ESCAPES MALIGNOS!
NO VAMOS A PERMITIR QUE CONSUMÁN NOS DESTRUYA... NUESTRA MISIÓN ES CONTAMINAR ESTE MUNDO HASTA VERLO DESAPARECER.
RECIBAN NUESTRO PODER ESPECIAL:
¡VIENTOS CONTAMINADOS!
¡Y YO QUE HABÍA DEJADO DE FUMAR!
¡COF, COF!
¡GUÁCALA!
USTEDES NO SON RIVALES PARA CONSUMÁN, DEFENSOR DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR.
AHORA, RECIBAN EL ¡MANOTAZO SÓNICO!
¡BOOM!
¡ARRRGGH!
¿EN QUÉ ESTÁBAMOS...?
AH, SÍ. COMO LES DECÍA, ES MUY IMPORTANTE TENER AUTOS DE ACUERDO CON ESTOS TIEMPOS EN QUE DEBEMOS CUIDAR MÁS QUE NUNCA EL MEDIO AMBIENTE Y SER CONSUMIDORES INTELIGENTES.
POR ESTA RAZÓN, SI DESEAN ADQUIRIR UN VEHÍCULO NUEVO O RECIBIR CONSEJOS SOBRE EL MANTENIMIENTO DE LOS QUE YA TIENEN, CONSULTEN EL SITIO www.ecovehiculos.gob.mx
KRAK
ESTE SITIO RESPONDE PREGUNTAS TAN IMPORTANTES COMO:
CUÁL AUTO DA MÁS KILÓMETROS POR LITRO.
CUÁL CONTAMINA MENOS.
Y CÓMO SER UN MEJOR CONDUCTOR Y AHORRAR GASOLINA.
PERO VEAMOS MÁS A FONDO ESTO.

DENTRO DE LAS HERRAMIENTAS MÁS ÚTILES DE **www.ecovehiculos.gob.mx** SE ENCUENTRA UNA TABLA QUE INDICA CUÁLES AUTOS ***CONTAMINAN MENOS Y RINDEN MÁS EN SU CONSUMO DE GASOLINA***, ASÍ COMO LOS QUE ***PRODUCEN MÁS EMISIONES CONTAMINANTES.***

CON ESTOS DATOS, TU COMPRA SERÁ TAN SENCILLA COMO TOCAR UNA BELLA MELODÍA.

MIENTRAS ***MÁS VERDE*** SEA LA TABLA, SIGNIFICA QUE SON AUTOS QUE, ADEMÁS DE TENER LA ***MENOR CANTIDAD DE EMISIONES CONTAMINANTES***, TIENEN UN ***GRAN RENDIMIENTO DE GASOLINA.***

(10 = Más eficiente)

Calificación de gases de efecto invernadero (global)

	?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	?	K	J	I	H	G	F	E	D	C	B	A
9	?	L	K	J	I	H	G	F	E	D	C	B
8	?	M	L	K	J	I	H	G	F	E	D	C
7	?	N	M	L	K	J	I	H	G	F	E	D
6	?	O	N	M	L	K	J	I	H	G	F	E
5	?	P	O	N	M	L	K	J	I	H	G	F
4	?	Q	P	O	N	M	L	K	J	I	H	G
3	?	R	Q	P	O	N	M	L	K	J	I	H
2	?	S	R	Q	P	O	N	M	L	K	J	I
1	?	T	S	R	Q	P	O	N	M	L	K	J
0	?	U	T	S	R	Q	P	O	N	M	L	K
?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?

Calificación de contaminantes al aire (local)

(10 = Más limpio)

POR OTRA PARTE, ENTRE ***MÁS NEGRA*** ESTÉ LA TABLA, QUIERE DECIR QUE SON VEHÍCULOS QUE ***ARROJAN MUCHO HUMO*** Y ***GASTAN MÁS COMBUSTIBLE.***

OYE, ***MAJO***, ¿Y CREES QUE MI CARRITO SANDWICHERO ESTÉ EN LA TABLA?

NO, ***DON JOSELITO***, PERO SI DESEA CONSULTAR ***MÁS DATOS***, COMO CALIFICACIÓN DE EMISORES, ESPECIFICACIONES DIRECTAS SOBRE LA MARCA Y MODELO DE CUALQUIER AUTO, ASÍ COMO GASTO ANUAL DE LA UNIDAD, ***EL SITIO DE INTERNET DE LOS ECOVEHÍCULOS*** ES LA MEJOR OPCIÓN.

OYE, ***CONSU***, ¿Y QUÉ PODEMOS HACER PARA SER ***MEJORES CONDUCTORES Y AHORRAR GASOLINA***?

BUENO, ***ROSITA***, ANTES DE DECÍRTELO, TE REGALO ESTE BELLO RAMO DE ESCAPES.

AY, ***TÚ SIEMPRE TAN ROMÁNTICO***. ADEMÁS, ***VAYA QUE SABES CÓMO RECICLAR.***

EN **www.ecovehiculos.gob.mx** VIENEN CONSEJOS PRÁCTICOS PARA QUE NOS CONVIRTAMOS EN ***CONDUCTORES EFICIENTES.*** ESTOS SON ALGUNOS DE ELLOS:

DE NADA SIRVE ***CALENTAR EL MOTOR*** CUANDO EL VEHÍCULO ***NO ESTÁ EN MOVIMIENTO***, YA QUE CUANDO TRABAJA EN VACÍO, SÓLO CONSUME GASOLINA.

ADEMÁS, ESTO ***PUEDE PROVOCAR UN DESGASTE EN EL MOTOR Y OTRAS PIEZAS.***

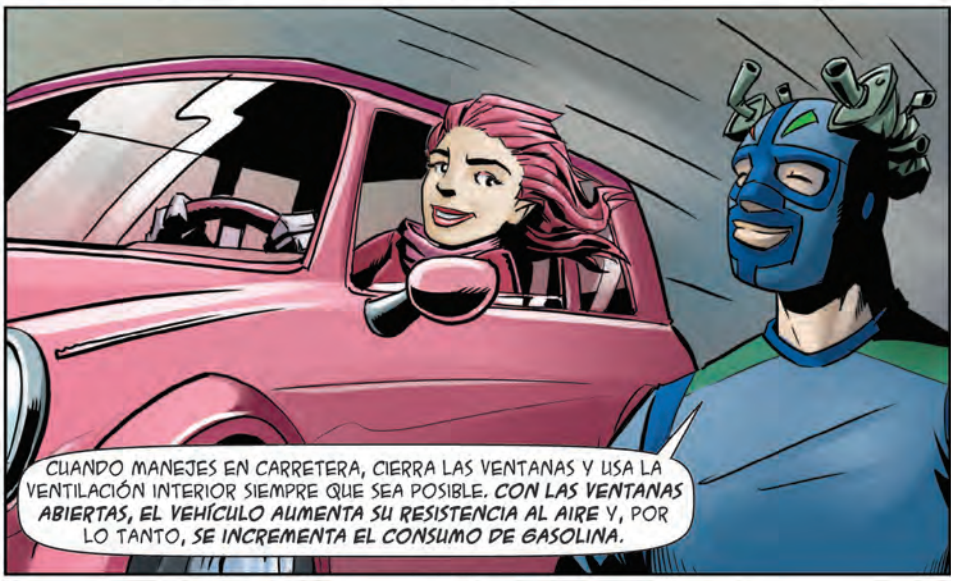
CON RESPECTO A LA VELOCIDAD, ES IMPORTANTE QUE ***AL INICIO DE TU RECORRIDO AVANCES A VELOCIDAD MODERADA***, ACELERANDO PROGRESIVAMENTE. DEBES ESPERAR A QUE LA TEMPERATURA DEL MOTOR SE ESTABILICE PARA DEMANDAR PLENA POTENCIA.

OTRO MAL HÁBITO ES ***PISAR A FONDO EL ACELERADOR***; ESTO ***PRODUCE HASTA CUATRO VECES MÁS CONSUMO DE GASOLINA.***

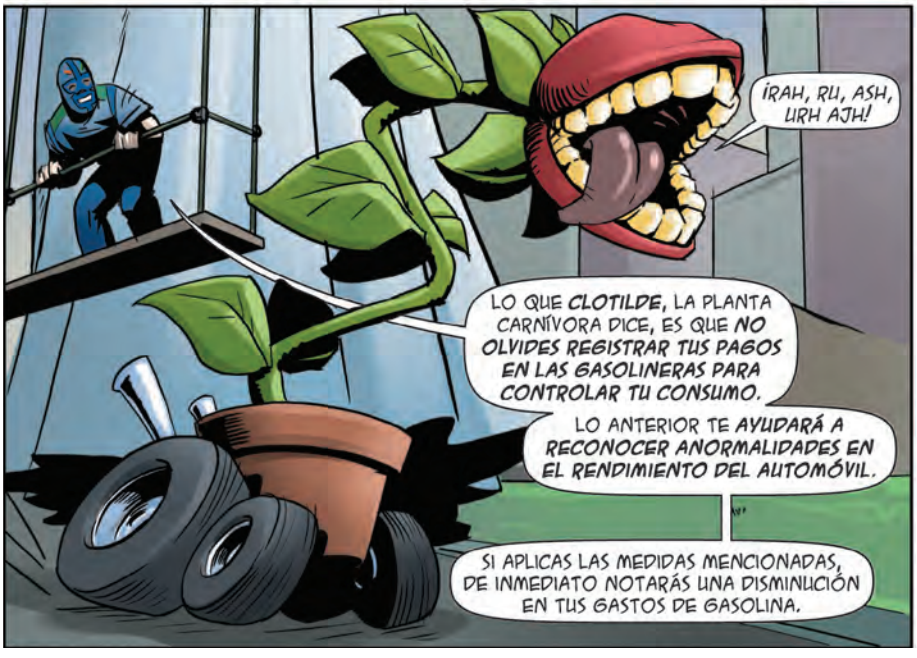
POR CIERTO, SI VIAJAS EN CARRETERA, TE RECOMENDAMOS QUE LO HAGAS A ***100 KILÓMETROS POR HORA***, PUES ***ECONOMIZARÁS COMBUSTIBLE Y ES MÁS SEGURO.***

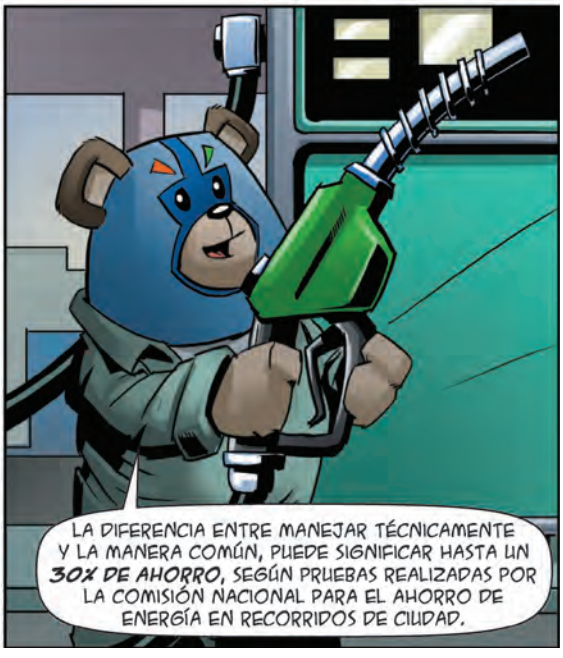
ES IMPORTANTE QUE TE **ANTICIPES A LAS SITUACIONES:** ESTO TE AYUDARÁ A EVITAR FRENADOS O CAMBIOS DE CARRIL ABRUPTOS.
AL ACERCARTE A UNA PENDIENTE CUESTA ARRIBA, **ACELERA GRADUALMENTE** ANTES DE ENTRAR A LA SUBIDA. **NO INTENTES PISAR A FONDO EL ACELERADOR.**
CUANDO LA PENDIENTE SEA HACIA ABAJO, **EVITA ACELERAR Y DEJA QUE EL PROPIO PESO DEL VEHÍCULO TE IMPULSE,** ASÍ AHORRARÁS COMBUSTIBLE.

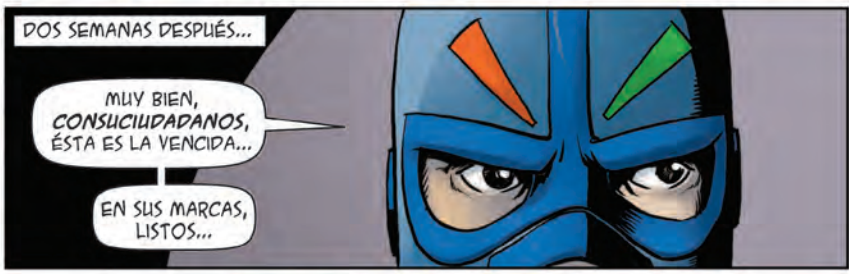
EN UN VEHÍCULO CON TRANSMISIÓN MANUAL, CUANDO EL SISTEMA MOTRIZ LO PERMITA, CAMBIA A UNA VELOCIDAD SUPERIOR.
LAS **VELOCIDADES BAJAS** ESTÁN DISEÑADAS PARA LOGRAR UN **ALTO EMPUJE** Y UNA RÁPIDA ACELERACIÓN; **LA CUARTA, QUINTA Y SEXTA POSICIONES AHORRAN GASOLINA.**


CUANDO MANEJES EN CARRETERA, CIERRA LAS VENTANAS Y USA LA VENTILACIÓN INTERIOR SIEMPRE QUE SEA POSIBLE. **CON LAS VENTANAS ABIERTAS, EL VEHÍCULO AUMENTA SU RESISTENCIA AL AIRE** Y, POR LO TANTO, **SE INCREMENTA EL CONSUMO DE GASOLINA.**

LA **ACTITUD POSITIVA AL VOLANTE** ES UN PODER QUE TIENE EL CONDUCTOR EXPERIMENTADO Y CARISMÁTICO, COMO SU SERVIDOR. ¡VAYA, QUÉ PORTE TENGO!
¿CUÁLES SON SUS CARACTERÍSTICAS? **RESISTE A LA TENTACIÓN DE APRESURARSE, RESPETA EL REGLAMENTO, SE RELAJA, ESTÁ ALERTA Y SE ANTICIPA SIN FORZAR EL VEHÍCULO.**
SU MANEJO ES SUAVE Y SEGURO, NO FRENA BRUSCAMENTE, CONSERVA SU DISTANCIA Y PREVÉ LAS DISMINUCIONES Y AUMENTOS DE VELOCIDAD.


¡RAH, RU, ASH, URH AJH!
LO QUE **CLOTILDE,** LA PLANTA CARNÍVORA DICE, ES QUE **NO OLVIDES REGISTRAR TUS PAGOS EN LAS GASOLINERAS PARA CONTROLAR TU CONSUMO.**
LO ANTERIOR TE **AYUDARÁ A RECONOCER ANORMALIDADES EN EL RENDIMIENTO DEL AUTOMÓVIL.**
SI APLICAS LAS MEDIDAS MENCIONADAS, DE INMEDIATO NOTARÁS UNA DISMINUCIÓN EN TUS GASTOS DE GASOLINA.


LA DIFERENCIA ENTRE MANEJAR TÉCNICAMENTE Y LA MANERA COMÚN, PUEDE SIGNIFICAR HASTA UN **30% DE AHORRO,** SEGÚN PRUEBAS REALIZADAS POR LA COMISIÓN NACIONAL PARA EL AHORRO DE ENERGÍA EN RECORRIDOS DE CIUDAD.



Si después de todos los consejos de Consumán se niegan a atender tu reclamación, no dudes en acudir a la delegación Profeco que te corresponde o llamar al Teléfono del Consumidor: 5568 8722 desde el DF y área metropolitana, o al 01 800 468 8722, larga distancia sin costo desde cualquier parte del país. Escribe a asesoria@profeco.gob.mx y visita: profeco.gob.mx y revistadelconsumidor.gob.mx

Nuestro sitio institucional
profeco.gob.mx

ALERTAS AL CONSUMIDOR
¿Qué productos y servicios pueden suponer un riesgo para los consumidores?

QUEJAS Y DENUNCIAS
Todo lo que tienes que saber para presentar una queja o denunciar a proveedores. ¿Cómo defender tus derechos como consumidor, aunque vivas fuera del país?

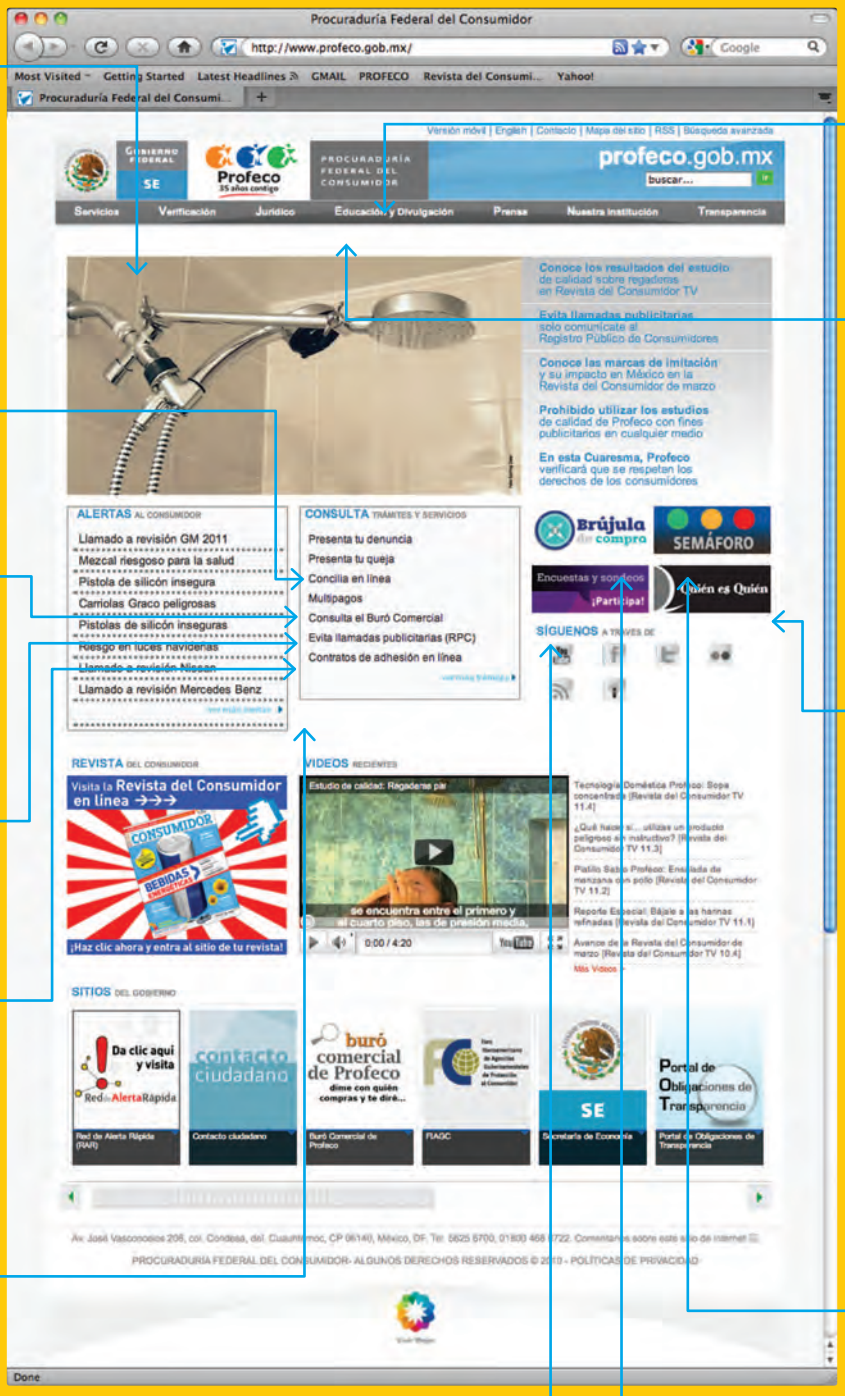
CONCILIANET
Presenta tu queja en línea. Cero filas, cero espera, cero papel.

PROFECO MULTIPAGOS
Realiza pagos por internet de los bienes y servicios que ofrece **Profeco**, desde la comodidad de tu hogar u oficina.

BURÓ COMERCIAL
¿Qué empresas tienen quejas o procedimientos en su contra?

CONTRATOS DE ADHESIÓN EN LÍNEA
Revisa si ese contrato que vas a firmar está registrado ante **Profeco**. Además, si ofreces algún servicio y quieres registrar tu contrato de adhesión, puedes hacerlo aquí.

ENCUESTAS Y SONDEOS
Participa en los estudios de hábitos de consumo que realizamos gracias a tu colaboración. Puedes descargar los resultados.



ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES
Los consumidores se agrupan y usan su poder para lograr una relación equilibrada con sus proveedores de bienes y servicios.

EDUCACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES
Material imprescindible para ser un consumidor inteligente. Y si deseas ser parte de una organización de consumidores o formar una nueva, también te decimos cómo hacerlo.

QUIÉN ES QUIÉN en los precios
Utiliza la herramienta "Canasta inteligente" para comparar los costos de tu lista del súper.

En créditos a pagos fijos
Con información de créditos de establecimientos de 22 ciudades.

En el envío de dinero
Qué ofrecen y cuánto te cobran por enviar dinero de Estados Unidos a México.

SEMÁFORO
Una derivación del Quién es quién en donde te decimos en qué gasolineras sí te dan litros de a litro y con cuáles debes tener cuidado.

BRÚJULA DE COMPRA
Análisis de precios y estudios comparativos para el consumidor inteligente.

¡Tu guía de consumo inteligente en internet!

revistadelconsumidor.gob.mx

Expande tu experiencia como lector en la **Revista del Consumidor en Línea,** donde todos los días subimos contenido de audio y video, así como publicaciones gratuitas descargables en PDF. A muy pocos clics de distancia, encontrarás:

REVISTA DEL CONSUMIDOR TV
Cápsulas de dos minutos en las que caben notas, reportajes y toda la actualidad en materia de consumo.

ESTUDIOS DE CALIDAD
Infórmate a fondo de qué producto te conviene con el archivo histórico de los análisis de calidad hechos por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.

REVISTA DEL CONSUMIDOR WEBCAST
Juntamos los datos más útiles con los *motion graphics* más ágiles para que disfrutes de estos videos cortos en la red.

REVISTA DEL CONSUMIDOR PODCAST
Compilamos los reportajes sobre tendencias de consumo y tecnología que puedes escuchar desde nuestro sitio o descargar en iTunes.

REVISTA DEL CONSUMIDOR RADIO EXPRÉS
Porque la heroína de la casa también necesita refuerzos, realizamos este programa semanal femenino de cinco minutos conducido por Fernanda Tapia.

TECNOLOGÍA DOMÉSTICA PROFECO
Para los fanáticos del "Hágalo usted mismo", tenemos las mejores fórmulas para preparar los productos más necesarios.

PLATILLO SABIO PROFECO
El clásico reinventado: sigue paso a paso las recetas que te abrirán el apetito y harán que tu familia se alimente sanamente.

Puedes estar en contacto con Profeco a través de sus redes sociales:

Búscanos en: **facebook.com/consumidorinteligente**

Apoya a Consumán en: **facebook.com/consuman**

Descubre la verdad en: **facebook.com/MitourbanoProfeco**

youtube.com/profecotv

Síguenos en: **twitter.com/profeco**

profeco.tumblr.com/

Te recomendamos visitar...

Estos sitios te ayudarán a prevenir y resolver problemas. Además, obtendrás información de primera calidad.

Ecovehículos
(ecovehiculos.gob.mx)
En esta página encontrarás valiosísima información comparativa sobre eficiencia energética de los autos que se encuentran en el mercado nacional.

Red de Alerta Rápida
(alertas.gob.mx)
Conoce de forma inmediata en la nueva Red de Alerta Rápida qué productos pueden poner en riesgo tu salud y la de tu familia.

Condusef
(condusef.gob.mx)
La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, que atiende las controversias relacionadas con productos y/o servicios de instituciones financieras. Más información en 5340 0999, en el DF y zona metropolitana, o en 01 800 999 8080, larga distancia sin costo.

Conamed
(conamed.gob.mx)
Si un médico o personal de salud no te da atención oportuna, lo hace de manera deficiente, o cometió errores en el tratamiento, debes acudir a la Comisión Nacional de Arbitraje Médico. Llama al 5420 7019 en el DF y zona metropolitana, o al 01 800 711 0658, larga distancia sin costo desde el resto del país.

Cofepris
(cofepris.gob.mx)
La Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios regula y verifica medicamentos, alimentos, suplementos alimenticios, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, productos de perfumería, aseo y tabaco, y plaguicidas. Llama al 01 800 033 5050 larga distancia sin costo desde cualquier lugar del país.

OFICINAS CENTRALES

Av. José Vasconcelos 208, colonia Condesa, delegación Cuauhtémoc, México, DF.

Centro de Documentación Profeco (Cedoc)

Consulta o compra la **Revista del Consumidor**, adquiere los libros publicados por **Profeco** y accede a una biblioteca especializada en consumo. Lunes a viernes de 9:00 a 18:00 horas.

DELEGACIONES PROFECO

AGUASCALIENTES
Juan de Montoro #103, col. Centro, CP 20000, Aguascalientes. Tel. 916 2969

BAJA CALIFORNIA
Guadalupe Victoria #9440,edificio Daroca, a espaldas de Plaza Fiesta, col. Zona del Río, CP 22320, Tijuana. Tel. 684 8916
Subdelegación: Av. Pioneros #1005, Palacio Federal, colonia Centro Cívico, CP 21000, Mexicali. Tel. 557 3084

BAJA CALIFORNIA SUR
Jalisco s/n, esq. Francisco I. Madero, col. Pueblo Nuevo, CP 23060, La Paz. Tel. 122 8077

CAMPECHE
Av.16 de Septiembre s/n, Palacio Federal, primer piso, col. Centro, CP 24000, Campeche. Tel. 811 0672

COAHUILA
Blvd. Venustiano Carranza #2879, (a un lado del "Sat"), col. La Salle, CP 25240, Saltillo. Tel. 416 5445
Subdelegación: Av. Matamoros #1285 Pte, Col. Centro, CP 27000, Torreón. Tel. 712 6406

COLIMA
José Antonio Torres #402, esq. Av. Rey Coliman, col. Centro, CP 28000, Colima. Tel. 314 6949
Subdelegación: Balbino Dávalos #54, esq. Carrillo Puerto, col. Centro, CP 28200, Manzanillo. Tel. 332 9180

CHIAPAS
Circunvalación Tapachula #844, col. Moctezuma, CP 29030, Tuxtla Gutiérrez. Tel. 602 5938
Subdelegación: Octava Avenida Sur #46, entre 2a y 4a Poniente, col. Centro, CP 30700, Tapachula de Córdoba. Tel. 626 7501

CHIHUAHUA
Av. Benjamín Franklin #3220, interior 7, col. Margaritas. CP 32315, Cd. Juárez. Tel. 613 5087
Subdelegación: Ramírez #2007, esq. Calle 22, col. Pacífico, CP 31030, Chihuahua. Tel. 410 0778

DISTRITO FEDERAL
Centro (Benito Juárez, Gustavo A. Madero, Cuauhtémoc, Azcapotzalco): Dr. Carmona y Valle #11, 4to y 5to piso, col. Doctores, CP 06720. Tel. 5578 0412
Oriente (delegaciones políticas: Iztacalco, Iztapalapa y Venustiano Carranza): Azafrán #18 1er piso, colonia Granjas, CP 08400. Tel. 5686 1900
Poniente (delegaciones políticas: Álvaro Obregón, Cuajimalpa, Magdalena Contreras, Miguel Hidalgo): Toltecas #23, esq. Calle 10, col. San Pedro de los Pinos, CP 01180. Tel. 5272 5056
Sur (Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan, Coyoacán y Xochimilco): Periférico #5323, col. Isidro Fabela, CP 14030. Tel. 5424 4002

DURANGO
Zaragoza #110 sur, col. Zona Centro, CP 34000, Victoria de Durango. Tel. 825 3327

ESTADO DE MÉXICO
Naucalpan: Avenida 3 #47, entre Avenida de las Torres y Blvd. Toluca, col. Fraccionamiento Industrial Naucalpan, CP 53370. Tel. 5576 6059
Nezahualcóyotl: Cucaracha #293, esq. Gustavo Baz, col. Benito Juárez, CP 57000. Tel. 5743 5746
Tlalnepantla: Mario Colín #56, col. Centro, CP 54000. Tel. 5390 7539
Toluca: Santos Degollado #103 (enfrente del Cosmovitral), col. Centro, CP 50000. Tel. 215 7070
Ecatepec: Av. Hank González #450, Mza. 44, pasillo 29 (Center Plaza Ecatepec), col. Valle de Anáhuac, CP 55210. Tel. 5774 5006

GUANAJUATO
5 de Mayo #341, col. Obregón, CP 37320, León de los Aldama. Tel. 716 6044
Subdelegación: Av. Guerrero #1385, esq. Fco. Sarabia (a una cuadra del estadio), col. Moderna, CP 36690, Irapuato. Tel. 635 2414

GUERRERO
Av. Costera Miguel Alemán #304, col. Centro, CP 39300, Acapulco de Juárez. Tel. 483 1558
Subdelegación: Av. Vicente Guerrero #112, col. Centro, CP 40000, Iguala de la Independencia. Tel. 332 7450

HIDALGO
Cuauhtémoc esq. pasaje a la iglesia La Villita #700, col. Revolución, CP 42060, Pachuca. Tel. 714 0636

JALISCO
Marsella #49, 2do piso, Sector Juárez, col. Americana, CP 44160, Guadalajara. Tel. 3615 7383

MICHOACÁN
Blvd. García de León #1908, col. 5 de diciembre, CP 58280, Morelia.Tel. 315 6150

MORELOS
Av. Atlacomulco #76, antes 202, col. Acapantzingo, CP 62440, Cuernavaca. Tel. 314 5918

NAYARIT
Av. México #142 sur, col. Centro, CP 63000, Tepic. Tel. 212 3457

NUEVO LEÓN
Av. Profesor Moisés Sáenz #602, col. Mitras Centro, CP 64460, Monterrey. Tel. 8347 4849

OAXACA
Heroico Colegio Militar #1109, planta alta, col. Reforma, CP 68050, Oaxaca. Tel. 513 4141

PUEBLA
19 Sur #506, desp. 103, col. La Paz, CP 72160, Heroica Puebla de Zaragoza. Tel. 232 6700

QUERÉTARO
Av. Constituyentes #102, Ote. PB, col. Quintas del Márquez, CP 76047, Santiago de Querétaro. Tel. 223 5722

QUINTANA ROO
Av. Coba #9 y 11, Supermanzana 22, frente al Seg. Social), col. Centro, CP 77500, Cancún. Tel. 884 2634
Subdelegación: Av. Juárez por 45 Sur, local #7 (interior Plaza Papagallos), col. Centro, CP 77710, Playa del Carmen. Tel. 803 1261

SAN LUIS POTOSÍ
Librado Rivera #215, col. del Valle, CP 78200, San Luis Potosí. Tel. 841 2500

SINALOA
Blvd. Francisco I. Madero #744 Pte, col. Centro, CP 80000, Culiacán de Rosales. Tel. 712 5848

SONORA
Oaxaca #150 poniente, esq. Escobedo, Edificio San Enrique, col. Centro, CP 83000, Hermosillo. Tel. 213 8620
Subdelegación: Chihuahua #169 Sur, entre Guerrero e Hidalgo, col. Centro, CP 85000, Ciudad Obregón. Tel. 415 2588

TABASCO
Carmen Cadena de Buendía #133, col. Nueva Villahermosa, CP 86070, Villahermosa. Tel. 312 3795

TAMAULIPAS
Juan B. Tijerina #925, col. Centro, CP 87000, Ciudad Victoria. Tel. 312 9471
Subdelegación: Blvd. Morelos #475 esq. Rep. de Argentina, col. Anzalduas, CP 88630, Reynosa. Tel. 922 7769
Subdelegación: Av. Hidalgo #5004, primer piso, Local 1, col. Sierra Morena, CP 89210, Tampico. Tel. 213 2432

TLAXCALA
Calle 33 #203, col. Loma Xicohtencatl, CP 90070, Tlaxcala de Xicohtencatl. Tel. 462 7835

VERACRUZ
Av. Salvador Díaz Mirón #2880, esq. Salubridad, col. Fraccionamiento Moderno, CP 91918, Veracruz. Tel. 100 3894
Subdelegación: Cánovas #2, col. Centro, CP 91000, Xalapa. Tel. 812 4382

YUCATÁN
Calle 49 #479-A, entre calles 54 y 56, col. Centro, CP 97000, Mérida. Tel. 928 5966

ZACATECAS
Fernando Villalpando #214, col. Centro, CP 98000, Zacatecas. Tel. 922 0460

EL TURNO DE →

Bruno Bichir, CONSUMIDOR

Ha aparecido en clásicos del cine mexicano como *Rojo amanecer* y *El callejón de los milagros*, y más recientemente en la cinta argentina *El mural*, donde interpreta a David Alfaro Siqueiros. En esta temporada actúa en la obra de teatro *El coleccionista*. Además de actor, Bruno es productor y, por si fuera poco, es un consumidor ejemplar.

¿Te consideras despilfarrador?
No, soy muy juiciosillo para gastar. Aunque en una ciudad como esta yo ya perdí totalmente el parámetro. En la Ciudad de México puedes comer por un peso. Un plátano cuesta un peso y es un alimento sustancial, ¡pero unos chicles cuestan más caros!

¿Hay alguna compra de la que te hayas arrepentido?
Creo que el gasto más estúpido que he hecho fueron unas botas, bellísimas pero carísimas, y yo no soy ni ranchero ni vaquero ni cantante de banda. En su momento dije: "Me quiero comprar unas botas que duren toda la vida", y sí, me van a sobrevivir a mí y a tres generaciones.

"Ir de compras me angustia. Lo que le pierdes a la cebolla se lo ganas a los chiles."

¿Una compra que te llene de orgullo?
Mi automóvil es de dos plazas. En su momento dije: "Chin, creo que es un error, creo que debí comprar algo más barato, de cuatro plazas". Y no, es una de las mejores compras que he hecho: la gasolina rinde muchísimo, es muy maniobrable, contamina muy poco, ocupa poco espacio, y en el 90% de los viajes que hago voy yo solo. Es un auto inteligente y así se llama. A la larga salió muy barato.

Cuando vas de compras, ¿te detienes a analizar etiquetas? ¿Qué sientes?
Siento angustia. De repente 50 opciones me pueden volver loco, porque me paso una hora leyendo las características de 50 jugos. Checo precios, comparo tiendas, considero pros y contras, pero de repente opto arbitrariamente: este está más caro, pero es nacional, quiero pensar que ayudo a la economía nacional; o este es nacional pero no me gusta, sabe horrible, entonces tengo que optar por la trasnacional, que son unos ratas, pero es más barato. Como diría mi hermano: lo que le pierdes a la cebolla se lo ganas a los chiles.

Cuando algún proveedor te queda mal, ¿exiges una solución?
Sí, cuando tengo el tiempo y la sangre. Me ha tocado que se me descompone un aparato eléctrico, voy a la tienda y me dicen: "No, no se puede cambiar". Y yo les digo: "¿Usted de verdad cree que yo vengo a esta tienda a decirle que la plancha tiene este cable ahí salido porque no tengo otra cosa mejor que hacer?". Creo que hay poco criterio en las gerencias y en las empresas. He llegado a **Profeco,** he estado en juicios y ha sido eficaz. Trato de hacer valer mis derechos ciudadanos.

¿El cliente siempre tiene la razón?
Definitivamente. Cuando he estado trabajando para el público, en el caso del Foro Shakespeare (*Bruno lo dirigió*), es un milagro que entren a un teatro, que decidan dejar toda la oferta que hay para entrar a este espacio... ¿para que se les maltrate? Bajo ninguna circunstancia. ¿Cómo hacemos que el cliente la pase de la mejor manera? Esa es mi consigna.

Si tu ritmo de vida te lo permitiera, ¿preferirías comer en casa?
Sin duda. Me encanta cocinar, me siento apapachadísimo por mí mismo. Vivo solo, soy soltero y me gusta cocinarme, me la paso muy bien. Me gusta la vida de hogar, pero la verdad es que el tiempo no me lo permite.

¿Tu consejo para mitigar los efectos de la crisis en el hogar?
Hay muchas opciones. La primera es ahorrar energía. Tengo un compostero, así que básicamente no genero desperdicio. Genero plásticos, botellas y cartones, pero todo lo que es orgánico se va directo a la composta. Me gusta 'guardar' la energía eléctrica, desconecto todo lo que puedo. Ahorro agua, la reciclo, pongo cubetas debajo de la regadera.

—Tamara De Anda

Foto Omar Torres

AVISO

Uso prohibido de nuestros estudios de calidad

"Somos los mejores, según la **Revista del Consumidor**". "**Profeco** avala nuestro producto". "Tenemos la certificación de **Profeco**". Esta clase de frases, que puedes encontrar en folletos o anuncios de prensa, radio y TV, resumen la forma en que algunos proveedores manipulan la información que publicamos en esta revista.

Hemos detectado que cada vez más empresas aprovechan los resultados que sus productos obtuvieron en estudios de calidad del **Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor** para promover su compra**.** También se han presentado casos en que nuestras investigaciones sobre ciertos servicios son utilizadas con el mismo fin. Este tipo de publicidad es engañosa, abusiva y está prohibida por la ley. El artículo 44 de la Ley Federal de Protección al Consumidor dicta: "... Los resultados de las investigaciones, encuestas y monitoreos publicados por **Profeco** no podrán ser utilizados por las empresas o proveedores con fines publicitarios y comerciales".

Los estudios de calidad e investigaciones realizados por **Profeco** pueden ser reproducidos por terceros siempre que lo sean en su totalidad y sin fines publicitarios o comerciales, de forma que se puedan ver los resultados de todos los productos, ya que así cumplen con su propósito de informar objetivamente para que los consumidores tomemos mejores decisiones de compra. Cuando un proveedor saca de contexto un resultado proveniente de un estudio o investigación, y solamente menciona sus productos con fines publicitarios o comerciales, sesga la información y confunde a los consumidores.

Profeco podrá multar a quienes utilicen los resultados de nuestros estudios de forma sesgada y con fines publicitarios o comerciales hasta con 2 millones 333 mil 490 pesos.

Si detectas este tipo de publicidad engañosa, denúncialo en el Teléfono del Consumidor: 5568 8722 en el DF y zona metropolitana, y 01 800 468 8722, larga distancia sin costo desde el resto del país. También puedes acudir a las delegaciones y subdelegaciones Profeco.

Por tu **salud**, come **pescado y mariscos frescos**

La Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) te da los siguientes tips:

- Revisa que el pescado esté fresco, con ojos y piel brillante, escamas bien adheridas y que no tenga mal olor
- Cuando compres moluscos, ostiones y mejillones, escoge sólo aquellos que tengan la concha bien cerrada
- No compres pescado que esté expuesto a temperatura ambiente, verifica que esté refrigerado o en una cama de hielo limpio
- Si compras productos del mar congelados, evita descongelarlos a temperatura ambiente, ponlos en la parte inferior de tu refrigerador, donde deben estar los alimentos crudos
- No debes descongelar y volver a congelar ni el pescado, ni los mariscos

¡Para comprar mariscos y pescado hay que estar abusado!

Un México sano es un México fuerte

Vivir Mejor

Cofepris
Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios

Síguenos a través de Twitter (@COFEPRIS) y Facebook (Cofepris México Sitio-oficial). Visita las páginas web de:

www.gobiernofederal.gob.mx
www.salud.gob.mx
www.cofepris.gob.mx

GOBIERNO FEDERAL

SALUD

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

El PSP se refiere a la posibilidad de integrar, en un solo plato, verduras, cereales, leguminosas o alimentos de origen animal que cumplan con los principios de una dieta equilibrada.

Todos los ingredientes utilizados han sido cuidadosamente cuantificados para asegurar que las preparaciones sean agradables y nutritivas, es decir, que aporten energía, proteínas, vitaminas y minerales. Además, se usan con moderación alimentos que los expertos en nutrición recomiendan no consumir en grandes cantidades, como azúcares refinados, carne roja, sal y grasas saturadas. Aquí te enseñaremos a preparar platillos nutritivos, económicos, deliciosos, prácticos e imaginativos.

El primer platillo de este mes es un real monumento a la frescura de temporada. Con la cercanía de la Cuaresma, inicia nuestro apetito por los pescados, y ninguno tan popular como el atún. ¿Crees que se trata de un alimento aburrido? El pastel que te proponemos demuestra que en la cocina no hay nada demasiado visto. El segundo platillo tiene cualidades sorprendentes... poca grasa y muchas proteínas, en un conjunto delicioso: un fetuccini en salsa picante. ¡Buen provecho!

El Platillo Sabio Profeco está avalado por la nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco.

Nos importa un cacahuate

Los cacahuates pertenecen al grupo de las oleaginosas, son semillas ricas en proteínas vegetales y grasas no saturadas. Algunas otras oleaginosas son el ajonjolí, las nueces, las almendras, pistaches, avellanas, piñones y la semilla de calabaza.

También son ricos en fibra y contienen cantidades importantes de vitamina E. Son particularmente ricos en ácido fólico. El ácido fólico se encuentra además de manera abundante en las hojas verdes como la espinaca.

La crema de cacahuate es un alimento muy saludable que contiene todos los beneficios del cacahuate. Te invitamos a consultar la Tecnología Doméstica Profeco para aprender a hacerla en tu propia casa; búscala en nuestro sitio: revistadelconsumidor.gob.mx.

Prefiere los cacahuates tostados al natural sobre los fritos y salados para así evitar consumos excesivos de grasa y sodio.

Atún de familia numerosa

Las variedades de atún más conocidas son el aleta amarilla y el aleta azul. Sin embargo, algunas otras variedades se consideran "recurso atún", como albacora, patudo, barrilete y bonito. El atún es uno de los pescados con mayor contenido de proteínas, indispensables para el crecimiento, mantenimiento y reparación de tejidos, como los de la piel y los músculos. También aporta vitaminas A, B12 y D, y minerales como calcio, flúor y hierro; este último interviene en el transporte de oxígeno a los tejidos del cuerpo.

Tres veces heroico

El atún proporciona ácidos grasos omega 3, útiles en la prevención de ateroesclerosis e infartos al corazón. El omega 3 está presente en los alimentos de origen marino. Este tipo de ácidos ayuda a prevenir las enfermedades cardiovasculares al mejorar los niveles de colesterol, triglicéridos en la sangre y mantener estable la presión arterial; además protege de ciertos cánceres como el de mama, próstata y colon. También se encuentra en peces como el salmón, la sardina, los mariscos y las algas.

Cómo comprar

Si se trata de atún fresco verifica que la carne esté firme y presente un color que puede ir del rosado al rojo oscuro o café. Si lo compras enlatado, revisa que las latas no estén maltratadas ni abombadas.

Platillo Sabio Profeco

Pastel de atún con ensalada fresca

Platillo Sabio Profeco

Fetuccini con salsa picante de cacahuates, vegetales y pollo

Platillo Sabio Profeco

Pastel de atún con ensalada fresca

Profeco

Aporte nutrimental por ración: kilocalorías 555; proteínas 30 g; grasas 28 g; colesterol 135 mg; fibra dietética 3 g

Ingredientes (6 raciones)

3 latas de atún en agua (360 g), escurrido
2 huevos (110 g)
60 g de queso fresco rallado
4 cucharadas de leche (40 ml)
24 rebanadas de pan de caja (552 g) sin orillas y cortadas en cuadritos (360 g)
30 g de pan molido
2 pimientos morrones, verde y rojo (400 g), asados, pelados y en cuadritos
1 rama de apio pelada y picada (80 g)
1 trozo de cebolla picada (60 g)
1 diente de ajo (2 g)
1/2 taza de media crema (125 ml)
3 cucharadas de margarina (30 g)
2 cucharadas de mayonesa (20 g)
2 cucharadas de aceite (20 ml)
1 cucharada de mostaza (10 g)
sal y pimienta- al gusto

Ensalada:

1 pepino (250 g) pelado y rebanado • 2 jitomates saladet (230 g) en gajos • 6 hojas de lechuga (120 g) desinfectada y troceada • 2 cucharadas de aceite de oliva (20 ml) • 1 cucharada de vinagre (10 ml) • 1 pizca de orégano triturado

Preparación:

1. En una cacerola honda, calienta 2 cucharadas de aceite y acitrona la cebolla y el ajo. Agrega los pimientos y el apio y sofríelos.
2. Incorpora el pan cortado, tapa la cacerola y deja que se suavice un poco a fuego muy bajo.
3. Mientras, mezcla la media crema con la mayonesa y la mostaza.
4. Aparte, bate los huevos junto con la leche.
5. Apaga el fuego e incorpora a la cacerola el pan, el atún desmenuzado, la mezcla de crema, el queso y los huevos batidos. Integra todos los ingredientes y salpimienta al gusto.
6. Enciende el horno a 170°C. Engrasa un molde refractario con 1/2 cucharada de margarina y vierte la mezcla de atún. Espolvorea con el pan rallado y coloca encima la margarina sobrante en trocitos.
7. Hornea de 30 a 40 minutos o hasta que al introducir un palillo este salga limpio.
8. Mezcla los ingredientes de la ensalada, adereza con el aceite y vinagre. Espolvorea sal y orégano.
9. Sirve el pastel rebanado y adorna con la ensalada.

Foto A. B.

Platillo Sabio Profeco

Fetuccini con salsa picante de cacahuates, vegetales y pollo

Profeco

Aporte nutrimental por ración: kilocalorías 476; proteínas 33 g; grasas 17 g; colesterol 53 mg; fibra dietética 4 g

Ingredientes (6 raciones)

550 g de pechuga de pollo deshuesada y sin piel
300 g de fetuccini
50 g de cacahuates tostados en mitades
3 cucharadas de crema de cacahuate natural (30 g)
200 g de espinaca rebanada
200 g de champiñones rebanados
1 pimiento morrón (200 g) asado, pelado y en rajitas
180 g de germinado de soya
9 cucharadas de jugo de naranja (90 ml)
3 dientes de ajo finamente picados (6 g)
1/2 cucharadita de chile de árbol seco y triturado (3 g)
3 cucharadas de miel de abeja (30 g)
4 cucharadas de salsa de soya (40 ml)
3 cucharadas de aceite de oliva (30 ml)
2 cucharadas de aceite de cacahuate (20 ml)
o cualquier otro
sal y pimienta

Preparación:

1. Salpimienta la pechuga de pollo y marina por dos horas (en refrigeración) con 2 cucharadas de salsa de soya, 5 cucharadas de jugo de naranja y una cucharada de miel. Asa a la parrilla hasta que se marque y corta en 12 fajitas de igual tamaño. Reserva y mantén caliente.
2. Cuece la pasta a partir de agua hirviendo con sal, cuela y estando aún caliente, añade 2 cucharadas de aceite de cacahuate. Mezcla para evitar que la pasta se pegue y mantén caliente.
3. En un bowl pequeño, mezcla la crema de cacahuate con 2 cucharadas del agua caliente en la que se coció la pasta. Incorpora la miel, salsa de soya y el jugo de naranja restantes.
4. Agrega el chile triturado, sal y pimienta al gusto. Bate hasta integrar muy bien todos los ingredientes. Vierte esta mezcla sobre la pasta y revuelve cuidadosamente.
5. Aparte, calienta el aceite de oliva y fríe el ajo hasta que empiece a dorar, agrega los cacahuates, el pimiento y el germinado al mismo tiempo y sofríelos hasta que el germinado comience a verse cristalino.
6. Incorpora los champiñones y sofríe solo hasta que su textura comience a cambiar. Al final añade las espinacas, salpimienta y mezcla sin dejar que las hojas se reblandezcan.
7. Sirve la pasta sobre un plato ligeramente hondo, encima coloca los vegetales salteados y adorna con las tiras de pollo asado.

Foto A. B.